

**IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA
PERUSAHAAN PT. ANGLO EASTERN PLANTATIONS**

Oleh :

Khairunnisak Afrini Sirait

NIM 51143036

Program Studi
AKUNTANSI SYARIAH



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2018

ABSTRAK

Khairunnisak Afrini Sirait (2018). **“Implementasi *Corporate Social Responsibility* terhadap perusahaan (Studi Kasus di PT. Anglo Eastern Plantations)”** di bawah bimbingan Pembimbing I Ibu Dr. Nurlaila, MA dan Pembimbing II Bapak Aqwa Naser Daulay, M.Si.

Pada implementasinya, CSR merupakan bagian dari etika bisnis yang dilakukan dengan tujuan saling memberi manfaat kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Pelaksanaan program CSR saat ini memang sedang berkembang untuk dilaksanakan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia, namun dalam penerapan atau implementasinya tidak semua perusahaan melaksanakan program tersebut dengan baik dikarenakan masih belum seragam dan jelasnya batasan tanggung jawab sosial perusahaan ini sehingga beberapa perusahaan cenderung melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan seadanya saja dan sekedar formalitas. Permasalahan dalam penelitian ini yaitu mengenai implementasi CSR dalam Perusahaan dalam hal ini PT. AEP, dalam implementasi CSR di perusahaan terdapat kendala-kendala yang dihadapi perusahaan seperti kurang efektifnya pelaksanaan CSR, serta kurangnya komitmen perusahaan untuk melaksanakan serta melaporkan implementasi CSR secara berkelanjutan. Inilah yang menjadi dasar peneliti untuk meneliti tentang implementasi CSR yang dilakukan perusahaan yang dilakukan pada PT. Anglo Eastern Plantations sebagai perusahaan terbuka yang wajib melaksanakan CSR sesuai mandat UU No.40 tahun 2007. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi CSR yang dilakukan oleh PT. Anglo Eastern Plantations sekaligus melihat keseriusan dan pelaporan dalam implementasi CSR perusahaan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif, yang dilakukan dengan cara mereduksi data data yang didapat berkaitan dengan CSR, kemudian menyajikannya dalam penelitian, serta menyimpulkan hasil dari penelitian terkait dengan implementasi CSR perusahaan. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa PT. AEP PT. Anglo Eastern Plantations telah melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial (*Corporate social responsibility*) perusahaannya dengan didasarkan atas komitmen dan keseriusan, hal ini dapat dibuktikan dari indikator penelitian untuk menilai komitmen dan keberhasilan CSR yang mana hampir seluruh indikator menunjukkan bahwa PT. AEP tidak hanya menjalankan CSR sekedar formalitas atau seadanya saja, tapi dilaksanakan dengan perencanaan dan implementasi yang jelas, hanya dari segi transparansi dan akuntabilitas yang masih kurang dalam laporan yang dimuat PT. AEP di dalam laporan tahunan mereka, untuk pelaporan CSR sendiri disimpulkan bahwa laporan CSR yang disusun belum lengkap, dan tidak terlalu mendetail seperti tidak adanya anggaran yang jelas dari setiap bidang CSR, serta hanya dana dari setiap kegiatan saja yang ditampilkan dalam laporan CSR PT. AEP yang berada di laporan tahunan perusahaan.

Kata Kunci : Implementasi, *Corporate Social Responsibility*, pelaporan CSR

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN	i
ABSTRAKSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
D. Batasan Istilah.....	9

BAB II KAJIAN TEORITIS

A. PENGENALAN AKUNTANSI.....	10
1. Pengertian Akuntansi	10
2. Bidang-Bidang Akuntansi	11
3. Akuntansi Sosial.....	12
3. <i>Corporate Social Responsibility</i> dalam Akuntansi	14
B. <i>CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY</i>	17
1. Pengertian <i>Corporate Social Responsibility</i>	17
2. Konsep dan Prinsip <i>Corporate Social Responsibility</i>	20
3. Manfaat dan Permasalahan <i>Corporate Social Responsibility</i>	23
4. Jenis-Jenis Program <i>Corporate Social Responsibility</i>	24
C. IMPLEMENTASI <i>CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY</i> (CSR).....	26
1. Pola <i>Implementasi Corporate Social Responsibility</i>	26
2. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Implementasi CSR.....	28

D. TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN PERSPEKTIF ISLAM..	29
1. Konsep Tanggung jawab sosial perspektif Islam	29
2. Etika bisnis dalam Islam.....	30
3. Aspek-aspek tanggung jawab sosial dalam Islam	35
4. Pelaksanaan tanggung jawab sosial dalam Islam	36
E. Kajian Terdahulu	38
F. Kerangka Teoritis.....	46

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Lokasi Penelitian	48
B. Subjek Penelitian	49
C. Jenis dan Sumber Data.....	49
D. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Bahan.....	50
E. Analisa Data	51

BAB IV PEMBAHASAN

A. Profil dan Penerapan CSR PT. Anglo Eastern Plantations	54
1. Sejarah Singkat PT. Anglo Eastern Plantations	54
2. Struktur Organisasi CSR PT. AEP	55
3. Latar Belakang, Visi dan Misi CSR PT. AEP	56
4. Tahapan Implementasi CSR PT. AEP.....	57
5. Bentuk-Bentuk Implementasi CSR PT. AEP	59
6. Laporan Anggaran Kegiatan CSR PT. AEP	62
7. Persentase Anggaran CSR	64
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	68
1. Pelaporan CSR PT. Anglo Eastern Plantations	68
2. Penilaian komitmen dan keberhasilan CSR	75

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	84
---------------------	----

B. Saran	85
----------------	----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 Realisasi dana <i>Corporate Social Responsibility</i> PT. AEP	6
TABEL 2.1 Manfaat Implementasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	27
TABEL 2.2 Kajian Terdahulu	38
TABEL 4.1 Laporan Anggaran CSR PT. AEP	62

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1 Kerangka Teoritis	47
GAMBAR 4.1 Struktur Organisasi CSR	55
GAMBAR 4.2 Anggaran CSR tahun 2014	64
GAMBAR 4.3 Anggaran CSR tahun 2015	65
GAMBAR 4.4 Anggaran CSR tahun 2016	66
GAMBAR 4.5 Anggaran CSR Bidang Pendidikan dan Non Pendidikan	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Laporan Anggaran CSR PT. AEP

Lampiran 2. Laporan CSR PT. AEP

Lampiran 3. Hasil Wawancara

Lampiran 4. Dokumentasi Pelaksanaan Program CSR PT. AEP

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tanggung jawab sosial merupakan tanggung jawab perusahaan yang orientasinya terhadap masyarakat dan bisnis. Dalam menjalin hubungan dengan masyarakat perusahaan melakukan upaya dalam hal membangun citra positif terhadap masyarakat dengan tujuan membangun rasa kepercayaan kepada perusahaan. Dalam hal bisnis perusahaan memiliki kebijakan mengenai strategi perusahaan dalam memperoleh profit dan upaya memenangi persaingan. Batasan kebijakan perusahaan harus melibatkan seluruh pemangku kepentingan yang seharusnya dibatasi, misalnya dalam memfokuskan pada kebijakan yang dapat membangun interaksi positif antara perusahaan dengan segala aktivitasnya dengan masyarakat setempat.

Corporate Social Responsibility sangat berkaitan erat dengan konsep pengembangan masyarakat. Pengembangan masyarakat merupakan suatu upaya sistematis untuk meningkatkan suatu kemampuan masyarakat, terutama kelompok-kelompok yang tidak beruntung dalam hal pemenuhan kebutuhan berdasarkan potensi seluruh sumber daya yang dapat diakses oleh masyarakat tersebut¹

Sejalan dengan bergulirnya wacana yang mengarah pada peningkatan perhatian lingkungan, aktivitas yang bersifat sukarela dari perusahaan terus berkembang dalam bentuk belas kasihan. Dalam proses selanjutnya, pelaku usaha mulai memodifikasi aktivitas belas kasihan tersebut menjadi aktivitas pengembangan masyarakat. Berkembangnya kesadaran masyarakat adalah alasan utama dari perubahan tersebut dalam upaya meningkatkan produktivitas suatu perusahaan yang berkesinambungan hanya akan dijamin oleh jika variabel yang selama ini

¹ Sonny Sukada dkk, *Membumikan Bisnis Berkelanjutan Memahami Konsep dan Praktik Tanggung Jawab Sosial Perusahaan* (Jakarta: Indonesia Business Links, 2007) h. 165.

menahan orang miskin tetap miskin mendapat perhatian diluar masyarakat maupun pemerintahan. Variabel yang dimaksudkan disini adalah pendidikan dan kesehatan. Oleh karena itu, wujud program tanggung jawab sosial perusahaan secara konvensional bahkan hingga saat ini banyak berkisar pada aktivitas di bidang pendidikan dan kesehatan.

Pada awalnya tanggung jawab sosial dilakukan dengan sukarela untuk membangun citra positif dimata masyarakat. Namun sejak tahun 2007, ditetapkan peraturan perundang-undangan yang memuat kaidah implementasi tanggung jawab sosial yang terdapat pada Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007, Indonesia mewajibkan perusahaan-perusahaan untuk memiliki usaha berkaitan dengan sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial. Tanggung jawab sosial merupakan kewajiban dan tanggung jawab perusahaan terhadap aspek-aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan terhadap dampak dari kegiatan operasional atau aktivitas yang dilakukan perusahaan, serta bagaimana perusahaan menjaga agar dampak tersebut memberikan manfaat bagi masyarakat dan lingkungannya. Suatu perusahaan selain bertujuan untuk memperoleh keuntungan secara maksimal juga dituntut untuk tetap menjaga kelangsungan lingkungan sekitarnya².

Kendala yang sempat ditemui dalam proses penerapan CSR di Indonesia ada beberapa macam, antara lain belum tersosialisasikannya program CSR dengan baik di masyarakat, masih terjadi perbedaan pandangan antara departemen hukum dan HAM dengan departemen perindustrian mengenai CSR di kalangan perusahaan, serta belum adanya aturan yang jelas dalam pelaksanaan CSR di kalangan perusahaan.

Dalam menjalankan aktivitas CSR tidak ada standar atau praktik-praktik tertentu yang dianggap baik. Setiap perusahaan memiliki karakteristik dan situasi yang unik yang berpengaruh terhadap bagaimana mereka memandang tanggung jawab sosial. Setiap perusahaan memiliki kondisi yang beragam dalam hal

² Ni Wayan Novi Budiasni, "Implementasi *Corporate Social Responsibility* berdasarkan Konsep Tri Hita Karana (Studi kasus Hotel Como Sihambala Estate)", dalam *Jurnal Akuntansi*, Vol. 3 No. 1, 2015, h. 1-2.

kesadaran akan berbagai isu berkaitan dengan CSR serta seberapa banyak hal yang telah dilakukan dalam mengimplementasikan pendekatan CSR tersebut.

Implementasi CSR yang dilakukan oleh masing masing perusahaan sangat bergantung kepada misi, budaya, lingkungan, dan profil resiko, serta kondisi operasional masing-masing perusahaan. Pelaksanaan CSR dapat dilaksanakan menurut prioritas yang didasarkan pada ketersediaan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. Aktivitas perlu diintegrasikan dengan pengambilan keputusan inti, strategi, aktivitas, dan proses manajemen perusahaan.

Kendala yang dipaparkan tersebut merupakan fenomena yang terjadi sebelum Undang-Undang mengenai CSR disahkan oleh pemerintah. Setelah Undang-Undang No.40 Pasal 74 Tahun 2007 diberlakukan, diharapkan kendala-kendala mengenai penerapan CSR di Indonesia dapat berkurang dan menunjukkan perkembangan yang baik. Beberapa penelitian mengenai CSR menunjukkan suatu peningkatan meskipun menunjukkan adanya keberagaman hasil, keberagaman hasil ini diduga karena pengaruh perkembangan penerapan CSR yang dilakukan perusahaan-perusahaan di Indonesia dari tahun ke tahun, selain itu muncul suatu fenomena bahwa penelitian CSR sebelumnya sebagian besar tidak membedakan suatu jenis perusahaan yang akan diteliti, sebagian besar peneliti terdahulu mengambil sampel yakni perusahaan umum secara keseluruhan yang diduga akan menghasilkan data yang kurang spesifik.

Dalam UU No 40 Pasal 74 tahun 2007 dijelaskan bahwa perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan CSR. Keberadaan tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate social responsibility* merupakan salah satu bentuk dari terobosan yang memiliki fungsi untuk saling mendukung bagi jalannya kegiatan sosial dan bisnis

suatu perusahaan. melakukan CSR bukan hanya sekedar kegiatan amal, tetapi juga suatu keharusan yang dilakukan oleh perusahaan³.

Perusahaan bukan lagi sebagai entitas yang hanya mementingkan diri sendiri (selfish) dan/atau eksklusivitas dari lingkungan masyarakat, tetapi sebagai sebuah entitas badan hukum yang wajib melakukan adaptasi sosio kultural dengan lingkungan dimana ia berada, serta dapat dimintai pertanggung jawaban layaknya subjek hukum pada umumnya. Kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu komitmen bersama yang berkelanjutan dari semua perusahaan untuk bersama-sama bertanggung jawab terhadap masalah-masalah sosial yang ada⁴.

Secara umum tanggung jawab sosial perusahaan/ CSR dibagi menjadi dua bagian yaitu ke dalam perusahaan itu sendiri (internal) contohnya terhadap karyawan dan ke luar lingkungan perusahaan (eksternal) contohnya penyediaan lapangan kerja kepada masyarakat, peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pemeliharaan lingkungan untuk generasi yang akan datang⁵.

Penerapan *corporate social responsibility* (CSR) di Indonesia saat ini semakin meningkat, baik dalam segi kualitas maupun kuantitas. Kegiatan dan pengelolaannya pun semakin beragam dan juga jika dilihat dari segi finansial, jumlahnya pun semakin besar. Tidak hanya dalam bentuk material, bentuk tanggung jawab sosial perusahaan saat ini pun banyak pula yang bersifat memberdayakan masyarakat agar masyarakat dapat mengembangkan keterampilan dan keahlian yang dimilikinya dengan berbagai program CSR yang dilakukan oleh perusahaan agar terciptanya kesejahteraan masyarakat sekitar yang dianggap masih kurang.

³ Ega Rohma Nur Ulaika, "Implementasi *Corporate Social Responsibility* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan", dalam *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, Vol. 4 No. 8, 2015, h. 2.

⁴ Busyra Azheri, *Corporate Social Responsibility: Dari Voluntary menjadi Mandatory*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2012), cet ke-2, h. 5.

⁵ Binoto Nadapdap, *Hukum Perseroan Terbatas*, (Jakarta: Permata Aksara, 2012), h. 138.

CSR sebagai program yang harus dijalankan perusahaan tidak bersifat sesaat (*short term*), tapi harus berkesinambungan (*long term*). Tidak hanya membagi kedermawanan melainkan berusaha menjaga agar dapat berlangsung secara berkelanjutan dan berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, bekerja sama dengan karyawan, dan masyarakat setempat (lokal) dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan. CSR pada dasarnya mempunyai tujuan akhir yakni *sustainable development* (pembangunan berkelanjutan). Pembangunan berkelanjutan adalah suatu proses perubahan yang dapat diukur secara kualitatif. Dalam hal ini yang berubah tidak hanya aspek ekonomi, akan tetapi juga aspek sosial dan lingkungan⁶.

Pada implementasinya, CSR merupakan bagian dari etika bisnis yang dilakukan dengan tujuan saling memberi manfaat kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Pelaksanaan program CSR saat ini memang sedang berkembang untuk dilaksanakan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia, namun dalam penerapan atau implementasinya tidak semua perusahaan melaksanakan program tersebut dengan baik. Dikarenakan masih belum seragam dan jelasnya batasan tanggung jawab sosial perusahaan ini sehingga beberapa perusahaan cenderung melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan seadanya saja dan sekedar formalitas⁷. Permasalahan dalam fenomena implementasi *corporate social responsibility* ini juga didukung oleh pernyataan ketua komisi VII DPR yaitu Abdul Malik Haramain yang dikutip dari berita Kompas, yang menyatakan bahwa pelaksanaan CSR selama ini sudah ada namun masih sangat lemah, dari sisi akuntabilitasnya program CSR juga masih dinilai rendah dan tidak transparan, ada perusahaan yang rutin dan ada yang tidak dalam melaksanakannya tetapi tetap melapor telah melaksanakannya.⁸

⁶ Maria Nindita Radyati, *CSR untuk Pemberdayaan Ekonomi Lokal*, (Jakarta: Business Links, 2008), h. 4

⁷ Muhammad Tho'in, "Implementasi *Corporate Social Responsibility*", dalam *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 2 No. 2, Juni 2017, h. 2.

⁸ Bayu Galih, "DPR Siapkan UU soal CSR, Perusahaan Akan Dibebankan 2 Persen hingga 3 Persen", <http://www.nasional.kompas.com>. Diunduh pada tanggal 25 April 2016

PT. Anglo Eastern Plantations (AEP) merupakan salah satu perusahaan swasta yang berbentuk perseroan terbatas yang bergerak dalam bidang perkebunan kelapa sawit. PT. AEP berdiri pada tahun 1985 dan terdaftar di Bursa Efek London pada tahun yang sama. Kegiatan utama perusahaan adalah produksi dan pengolahan kelapa sawit dan karet melalui operasional perusahaan di Indonesia dan Malaysia.

PT. AEP berkomitmen terhadap pengembangan dan pengelolaan perkebunan dan fasilitasnya sebagai bentuk tanggung jawab untuk kepentingan lingkungan dan operasional perusahaan. Model tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan PT. AEP mencakup tanggung jawab atas dampak kegiatan pada lingkungan, konsumen, karyawan, pemangku kepentingan dan semua anggota masyarakat. Jenis kegiatan CSR yang biasa dilakukan PT. AEP adalah dalam bidang Pendidikan, Kesehatan, Lingkungan, serta sarana dan Pra sarana. Seperti pembangunan sekolah dan ruang kelas baru, pemberian dana beasiswa pendidikan, perumahan gratis, penyediaan air bersih, pembangunan rumah ibadah, dan lain sebagainya.

Berikut ini realisasi dana Program CSR yang dilakukan oleh PT. Anglo Eastern Plantations (AEP) periode tahun 2014-2016

Tabel 1.1

Realisasi dana *Corporate Social Responsibility* PT. AEP

Periode tahun 2014-2016

No	PROGRAM CSR	Tahun	Realisasi
1.	Program Pendidikan	2014	\$ 778,053
2.		2015	\$ 552,500
3.		2016	\$ 582,700

1.	Program	2014	\$ 234,475
2.	Pembangunan	2015	\$ 399,500
3.	Sarana dan Pra Sarana	2016	\$ 300,400
1.	Program	2014	\$ 694,771
2.	Pelayanan	2015	\$ 550,800
3.	Kesehatan	2016	\$ 254,700

Sumber : PT. Anglo Eastern Plantations, 2018

Dari tabel di atas dapat diketahui realisasi anggaran dana program CSR PT. AEP tiga tahun terakhir yaitu pada tahun 2014, 2015 dan 2016 yang mengalami penurunan anggaran pada program pendidikan dimana pada tahun 2014 sebesar 778053 menjadi 552500 pada tahun 2015 yang artinya turun sejumlah 225553 atau turun sekitar 29 %, kemudian naik kembali di tahun 2016 sebesar 30200 menjadi 582700 atau naik sekitar 5 %. Selanjutnya untuk program Kesehatan pada tahun 2014 sebesar 694771 turun sebesar 143971 atau sekitar 21 % menjadi 550800 pada tahun 2015, kemudian di tahun 2016 kembali mengalami penurunan menjadi 254700 atau turun sebesar 296100 atau sekitar 54 %. Selanjutnya untuk program pembangunan sarana dan prasarana mengalami peningkatan di tahun 2014 ke 2015. di tahun 2014 sebesar 234475 naik sebesar 165025 atau sekitar 70 % sementara di tahun 2016 mengalami penurunan menjadi sebesar 99100 atau sekitar 25 %. Penurunan maupun kenaikan yang terjadi disebabkan nilai laba bersih perusahaan yang naik turun, serta adanya evaluasi setelah pelaksanaan CSR seperti sasaran objek CSR yang bertambah atau dikurangi oleh pihak manajemen.

PT. Anglo Eastern Plantations memiliki banyak anak perusahaan diantaranya berada di pulau sumatera, Bengkulu, dan Kalimantan. Masing-masing anak perusahaan melakukan kegiatan *corporate social responsibility* di lingkungan setempat di mana perkebunan berada. Dalam implementasinya masing-masing anak perusahaan berkoordinasi kepada kantor pusat AEP dalam merencanakan kegiatan CSR yang akan dilaksanakan, selanjutnya setelah

disepakati maka kegiatan CSR tersebut akan dilaksanakan oleh masing-masing anak perusahaan di wilayah masing-masing. Sementara untuk kantor Pusat AEP sendiri yang berada di medan, juga melaksanakan CSR tapi biasanya hanya berkaitan dengan kegiatan sosial seperti pemberian bantuan kepada panti asuhan, serta pemberian bantuan korban bencana alam.

Hal ini juga yang menjadi penyebab masalah dalam implementasi CSR di PT. AEP, kantor pusat tidak sepenuhnya dapat memantau kegiatan CSR yang dilakukan masing-masing anak perusahaan di wilayah nya, sehingga timbul beberapa masalah utama seperti tidak tepat waktu nya waktu pelaksanaan kegiatan CSR dengan yang di rencanakan, serta akibat kurang komitmen oleh beberapa pihak di kantor anak perusahaan sehingga menyebabkan pelaksanaan CSR menjadi tidak memadai.

Dari apa yang telah diuraikan di atas penulis bermaksud mengadakan penelitian ilmiah tentang implementasi CSR yang akan dilaksanakan di PT. Anglo Eastern Plantations (AEP) Medan. Karena PT Anglo Eastern Plantations (AEP) merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang perkebunan kelapa sawit dimana setiap Perusahaan Terbuka (PT) seperti dijelaskan di atas dalam undang-undang perseroan terbatas No. 40 tahun 2007 wajib melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang dituangkan dalam skripsi yang berjudul: “IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP PERUSAHAAN (STUDI KASUS DI PT. ANGLO EASTERN PLANTATIONS)”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana implementasi *corporate social responsibility* (CSR) dalam perusahaan PT. AEP (Anglo Eastern Plantations) ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi Tujuan penulis mengadakan penelitian ini adalah : Mengetahui implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh PT. AEP (Anglo Eastern Plantations) serta menjelaskan bagaimana pola alokasi *Corporate social responsibility* (CSR) PT. AEP (PT. Anglo Eastern Plantations)

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini, yaitu :

1. Sebagai wawasan kelimuan untuk menambah pengetahuan tentang implementasi *Corporate Social Responsibility* di dalam perusahaan.
2. Sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility*.
3. Sebagai bahan masukan dan referensi bagi pengembangan penelitian serupa di masa yang akan datang

D. Batasan Istilah

Agar terhindar dari pemahaman yang berbeda oleh para pembaca dari apa yang dimaksudkan oleh peneliti, maka peneliti membuat batasan istilah sebagai bahan acuan yaitu sebagai berikut :

1. Implementasi

Implementasi adalah pelaksanaan atau penerapan. dalam penelitian ini merupakan pelaksanaan atau penerapan kegiatan *corporate social responsibility* dalam segala bidang antara lain dalam bidang pendidikan, kesehatan, pembangunan sarana dan pra sarana dan lain sebagainya.

2. *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility atau tanggung jawab sosial adalah komitmen perusahaan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perusahaan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. PENGENALAN AKUNTANSI

1. Pengertian Akuntansi

Terdapat banyak ragam dan definisi akuntansi. Ajaran akuntansi terus berkembang mengikuti perkembangan bisnis, demikian juga dengan pengertian akuntansi. Berikut diuraikan beberapa pengertian akuntansi yang dikembangkan oleh beberapa badan berwenang⁹.

- a. *American Institute Certified Public Accountant (AICPA)* mendefinisikan akuntansi adalah seni pencatatan, penggolongan, dan peringkasan transaksi dan kejadian yang bersifat keuangan dengan cara yang berdaya guna dan dalam bentuk satuan uang, dan penginterpretasian hasil proses tersebut.
- b. *Accounting Principle Board (APB)* mengartikan akuntansi sebagai suatu kegiatan jasa. Fungsinya adalah memberikan informasi kuantitatif, terutama yang bersifat keuangan, mengenai suatu entitas ekonomi yang dimaksudkan untuk digunakan dalam pengambilan keputusan ekonomi, sebagai dasar dalam memilih diantara beberapa alternatif.
- c. *Financial Accounting Standart Board (FASB)* mendefinisikan akuntansi adalah pengetahuan badan dan fungsinya terkait dengan sistematika pencatatan, pengklasifikasian, pengolahan, peringkasan, penganalisisan, penafsiran dan tuntutan informasi yang andal dan signifikan meliputi transaksi dan kejadian-kejadian yang terkait, setidaknya untuk sebagian dari karakter keuangan yang diperlukan oleh manajemen dan operasionalisasi suatu entitas untuk pelaporan yang harus disampaikan guna memenuhi *fiduciary* dan tanggung jawab lainnya.

⁹ Arfan Ikhsan, *dkk., Pengantar Akuntansi*, (Medan: Cita Pustaka Media, 2014), h. 16.

2. Bidang-bidang Akuntansi

Semakin pesatnya pertumbuhan ekonomi dan semakin kompleksnya masalah perusahaan yang didorong kemajuan teknologi, bertambahnya peraturan pemerintah terhadap kegiatan perusahaan, maka para akuntan dituntut untuk mengkhususkan keahliannya dalam bidang akuntansi. Bidang-bidang akuntansi yang penting akan diuraikan seperti berikut ini ¹⁰:

- a. Akuntansi Keuangan. disebut juga akuntansi umum (*General Accounting*), yaitu akuntansi yang berhubungan dengan pencatatan transaksi perusahaan dan penyusunan laporan keuangan secara berkala yang berpedoman kepada prinsip akuntansi. Laporan keuangan itu bisa digunakan sebagai informasi intern maupun ekstern perusahaan.
- b. Akuntansi Manajerial. Akuntansi manajerial menggunakan data historis maupun data taksiran untuk membantu manajemen dalam operasional sehari-hari dan perencanaan operasional mendatang. Bidang ini mengolah kasus-kasus khusus yang dihadapi manajer perusahaan dari berbagai jenjang organisasi.
- c. Akuntansi Biaya. Merupakan bidang khusus akuntansi yang mencatat, menghitung, menganalisis, mengawasi dan melaporkan kepada manajemen persoalan-persoalan yang berhubungan dengan biaya dan produksi
- d. Akuntansi Perpajakan. Mencakup penyusunan surat pemberitahuan pajak serta mempertimbangkan konsekuensi perpajakan dari transaksi usaha yang direncanakan.
- e. Sistem Akuntansi. Merupakan bidang khusus yang berhubungan dengan penciptaan prosedur akuntansi dan peralatannya disertai penentuan langkah dalam pengumpulan dan pelaporan data keuangan.

¹⁰ *Ibid.*, h. 10

- f. Akuntansi Sektor Publik. Merupakan bidang khusus akuntansi yang dipergunakan oleh lembaga-lembaga pemerintah. Bidang ini berguna sebagai alat bagi pemerintah untuk menyelenggarakan pencatatan yang teratur tentang penerimaan dan pengeluaran dana.
- g. Akuntansi Sosial. Akuntansi sosial secara umum bertujuan untuk mengukur dan mengungkapkan *cost and benefit* dan biaya sosial yang ditimbulkan oleh kegiatan perusahaan tersebut di masyarakat. Biaya sosial ini umumnya dikaitkan dengan ketenagakerjaan, konsumen dan produk atau barang/jasa yang dihasilkan, kemasyarakatan, dan lingkungan hidup di sekitar perusahaan.
- h. Akuntansi Internasional. Merupakan bidang akuntansi yang khusus menyangkut masalah perdagangan internasional dari perusahaan multinasional.
- i. Akuntansi Syariah. Merupakan bidang ilmu akuntansi yang berlandaskan pada nilai, etika dan syariah islam.

3. Akuntansi Sosial

Corporate social responsibility dalam akuntansi termasuk dalam cabang akuntansi sosial, dimana dapat terlihat dengan jelas dari makna CSR itu sendiri serta motivasi umum pembentukannya yang secara awam berupa kemandirian masyarakat, perbaikan nasib baik karyawan maupun masyarakat, perbaikan lingkungan, serta stabilitas keamanan dan sosial.

Akuntansi sosial adalah proses mengkomunikasikan dampak sosial dari tindakan ekonomi organisasi untuk kepentingan kelompok tertentu dalam masyarakat dan untuk masyarakat luas.

Akuntansi sosial umumnya digunakan dalam konteks bisnis, atau tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*), meskipun setiap organisasi, termasuk lembaga

swadaya masyarakat, lembaga amal, dan lembaga pemerintah dapat terlibat dalam akuntansi sosial.

Istilah akuntansi sosial sebenarnya bukan merupakan istilah baku dalam akuntansi. Para pakar akuntansi membuat istilah masing-masing untuk menggambarkan transaksi antara perusahaan dengan lingkungannya, diantaranya :

- a. D. Crowther mendefinisikan akuntansi sosial adalah “sebuah pendekatan untuk melaporkan kegiatan perusahaan yang menekankan kebutuhan untuk mengidentifikasi perilaku sosial yang relevan, penentuan mereka kepada siapa perusahaan bertanggung jawab untuk kinerja sosial dan pengembangan tindakan yang tepat dan teknik pelaporan”.
- b. Belkoui membuat suatu terminology *socio economic accounting* (SEA) yang berarti “proses pengukuran, pengaturan dan pengungkapan dampak pertukaran antara perusahaan dengan lingkungannya”.
- c. Hadibroto, Bambang Sudibyo dan para pakar akuntansi di Indonesia menggunakan istilah akuntansi pertanggung jawaban sosial sebagai “akuntansi yang memerlukan laporan mengenai terlaksananya pertanggung jawaban sosial perusahaan”
- d. Hendriksen menggambarkan akuntansi sosial sebagai “suatu pernyataan tujuan, serangkaian konsep sosial dan metode pengukurannya, struktur pelaporan dan komunikasi informasi kepada pihak-pihak yang berkepentingan” pernyataan hendriksen tersebut memberikan gambaran tentang hubungan mendasar antara konsep akuntansi sosial dengan informasi yang dihasilkan, sehingga secara kongkret informasi tersebut dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

Berdasarkan beberapa uraian di atas, pada dasarnya definisi yang diberikan oleh para pakar akuntansi mengenai akuntansi sosial memiliki karakteristik yang sama, yaitu akuntansi sosial berkaitan erat dengan masalah : penilaian dampak sosial dari kegiatan entitas bisnis, mengukur kegiatan tersebut, melaporkan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), sistem informasi internal dan eksternal atas penilaian terhadap sumber-sumber daya perusahaan dan dampaknya secara sosial ekonomi.

Terdapat beberapa tujuan dari akuntansi sosial yaitu :

- a. Memberikan informasi yang memungkinkan pengaruh kegiatan perusahaan terhadap masyarakat dapat di evaluasi
- b. Membantu menentukan apakah strategi dan praktek perusahaan secara langsung mempengaruhi relatifitas sumber daya dan status individu, masyarakat dan segmen-segmen sosial.
- c. Memberikan dengan cara yang optimal kepada semua kelompok sosial mengenai tujuan, kebijakan, program, strategi, dan kontribusi suatu perusahaan terhadap tujuan-tujuan sosial perusahaan.

4. *Corporate Social Responsibility* dalam Akuntansi

Paradigma CSR memang telah mendunia saat ini. Dimana esensi luhur dalam CSR yaitu memberikan yang terbaik terhadap lingkungan sekitar, bahkan dunia dalam koridor yang luas. Pada korporasi yang telah menerapkan akuntansi sosial, laporan CSR merupakan bagian yang tidak dapat terpisah dalam komponen laporan keuangan. dimana di Indonesia komponen laporan keuangan lengkap berdasarkan PSAK No. 1 (Revisi 2009) terdiri dari laporan posisi keuangan akhir periode, laporan laba rugi komprehensif, perubahan ekuitas, laporan perubahan posisi keuangan, laporan posisi keuangan awal periode dan catatan atas laporan keuangan. Laporan CSR terpisah dari komponen laporan keuangan pemisahan ini

bertujuan untuk menekankan bahwa tanggung jawab sosial harus benar-benar terpisah dari unsur *profit oriented* dimana kelima komponen laporan keuangan diatas memiliki tujuan yang mengarah pada hasil kinerja yang dinilai berdasarkan peningkatan laba. CSR sendiri lebih dianggap sebagai investasi korporasi baik dalam jangka panjang maupun jangka pendek.

Laporan CSR suatu korporasi umumnya berupa biaya yang dianggarkan berdasarkan keputusan CEO (*Chief Executive Officer*) suatu korporasi dan bersifat sukarela sehingga tidak ada batas bawah ataupun batas atas dalam penentuan alokasi biaya CSR. Alokasi biaya diperoleh dari laba bersih korporasi yang akan diimplementasikan pada periode berjalan berikutnya. Anggapan bahwa CSR merupakan suatu investasi membuat CSR tidak dapat diterima dalam laporan laba rugi. Meskipun dianggap investasi, CSR justru tidak dapat masuk dalam laporan neraca karena CSR merupakan investasi yang bersifat tanggung jawab sosial bukan *profit oriented* dalam hal ini berhubungan dengan posisi keuangan korporasi sehingga nilai asset dari CSR tidak layak untuk dimasukkan dalam laporan posisi keuangan atau neraca. Asumsi dasar yang melatarbelakangi bahwa CSR merupakan investasi bukan biaya adalah bahwa sifat dasar CSR dan dampak yang diharapkan dari implementasi CSR, dimana CSR diharapkan memberikan manfaat dan nilai tambah bagi korporasi secara langsung ataupun tidak. Secara langsungnya adalah dapat meningkatkan *goodwill* korporasi, perbaikan lingkungan sekitar, perbaikan nasib karyawan dan masyarakat, dan lain-lain. Keuntungan secara tidak langsungnya berupa *Corporate Branding based on Product* menjadi lebih baik dimata konsumen serta kelangsungan usaha akan berjalan dengan lancar (diluar asumsi keuangan). Apabila dikaitkan dengan perpajakan maka asumsi CSR merupakan investasi justru lebih relevan dibandingkan sebagai biaya. Alasannya bahwa jika biaya maka jelas akan menjadi pengurang bagi penghasilan bruto sehingga pajak yang dibayarkan akan menjadi lebih kecil sehingga dalam hal ini institusi pajak dan pemerintah akan mendapatkan kerugian.

Juga bahwa biaya CSR merupakan suatu tanggung jawab moral korporasi terhadap pihak internal dan eksternal sehingga sifatnya lebih kepada kegiatan sosial perusahaan, dan juga CSR ini hampir mirip dengan natura (kenikmatan yang diberikan korporasi terhadap pihak internal korporasi) dimana dalam UU perpajakan Indonesia, natura tidak boleh dijadikan salah satu indikator pengurang penghasilan bruto. Maka sesuai asumsi diatas bahwa CSR memang tidak dapat dicampur dalam laporan laba rugi maupun neraca, sehingga selayaknya biaya CSR harus dilaporkan dan dipertanggung jawabkan secara terpisah.

Ada beberapa pendekatan yang dapat digunakan perusahaan sebagai pedoman dalam penyajian akuntansi sosial yaitu perluasan laporan keuangan (*Extention of financial statment*)

- a. Pengungkapan secara naratif (*narative disclosure*). Pengungkapan secara naratif ini umumnya bersifat kualitatif dengan cara: pelaporan secara kualitatif dalam *letter to shareholder*, pelaporan secara kualitatif dalam catatan atas laporan keuangan (*notes to financial statment*), pelaporan secara kuantitatif dalam catatan atas laporan keuangan.
- b. Perkiraan tambahan (*additional account*). Dampak kerusakan lingkungan karena aktivitas perusahaan dapat diungkapkan melalui perkiraan tambahan dalam laporan keuangan.

Media penyampaian laporan implementasi CSR tersebut bisa berupa pemberitahuan di portal perusahaan, bisa disatukan dengan laporan kinerja tahunan perusahaan, bisa juga disampaikan di forum-forum formal seperti seminar, diskusi, dan konfrensi. Dengan kata lain pelaporan CSR berperan besar bagi perusahaan untuk mempublikasikan implementasi CSR mereka secara taktis, komprehensif dan berkelanjutan¹¹.

¹¹ Dwi Kartini, *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*, (Bandung: PT. Rafika Aditama, 2009), h. 56

Dalam melaporkan implementasi CSR terdapat berbagai variasi yang di dasarkan kepada kelaziman dan untuk kepentingan tertentu. Penyebab lain yang mengakibatkan ketidakseragaman cara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan tersebut, karena belum adanya aturan yang jelas mengenai cara penyajiannya maupun komponen-komponen yang termasuk biaya sosial tersebut.

B. CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

1. Pengertian *Corporate Social Responsibility*

Secara konseptual, tanggung jawab sosial perusahaan adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis dan interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan. Namun secara empiris CSR ini telah diterapkan oleh perusahaan dalam bentuk kegiatan yang didasarkan atas kesukarelaan (*voluntary*). CSR tersebut dilakukan dengan motivasi yang beragam, tergantung pada sudut pandang dan bagaimana memaknai CSR itu sendiri.

Terdapat berbagai definisi CSR dari berbagai ahli, lembaga-lembaga internasional, serta berbagai pengertian yang terdapat dalam buku-buku mengenai CSR adalah sebagai berikut :

- a. *European Union* mendefinisikan CSR adalah sebuah konsep dengan nama perusahaan mengintegrasikan perhatian terhadap sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksinya dengan para pemangku kepentingan (*stakeholder*) berdasarkan prinsip kesukarelaan.
- b. Mallen Baker mengartikan CSR sebagai suatu hal bagaimana perusahaan-perusahaan tersebut melakukan pengelolaan terhadap

proses ekonominya dalam rangka menghasilkan suatu dampak positif secara menyeluruh bagi masyarakat¹².

- c. *The world Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) yang merumuskan CSR sebagai “ *The continuing commitment by business to behave ethically And contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large to improve their quality of life*”¹³.
- d. *World bank* (Bank Dunia) mengemukakan definisi tanggung jawab sosial perusahaan sebagai suatu persetujuan atau komitmen perusahaan agar bermanfaat bagi pembangunan ekonomi yang berkesinambungan, bekerja dengan para perwakilan dan perwakilan mereka, masyarakat setempat dan masyarakat dalam ukuran lebih luas, untuk meningkatkan kualitas hidup, dengan demikian eksistensi perusahaan tersebut akan baik bagi perusahaan itu sendiri dan baik pula bagi pembangunan¹⁴.
- e. Michael Hopkins mendefinisikan CSR adalah berkaitan dengan perlakuan perusahaan terhadap stakeholders baik yang berada di dalam maupun diluar perusahaan, termasuk lingkungan secara etis atau secara bertanggung jawab dengan memperlakukan stakeholders dengan cara yang bisa diterimanya¹⁵

Walaupun tidak dikemukakan secara jelas dan langsung. Definisi tanggung jawab sosial perusahaan yang dikemukakan bank dunia di atas sudah mengarah kepada dilibatkannya berbagai pemangku kepentingan dalam kebijakan-kebijakan ekonomi perusahaan. Dengan demikian, suatu perusahaan yang melakukan

¹² Matias Siagian, Agus Suriadi, *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan CSR Perspektif Pekerjaan Sosial*, (Medan: FISIP USU PRESS, 2010), h. 65.

¹³ Busyra Azheri, *Corporate Social Responsibility: Dari Voluntary menjadi Mandatory*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2012), cet ke-2, h. 21.

¹⁴ Matias Siagian, Agus Suriadi, *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan CSR Perspektif Pekerjaan Sosial*, h. 66.

¹⁵ Azheri, *Corporate Social Responsibility: Dari Voluntary menjadi Mandatory*, h. 26.

aktivitas ekonomi di suatu kawasan terlebih dahulu harus mengetahui siapa saja pihak-pihak yang menjadi pemangku kepentingannya (stakeholders), serta mengajak seluruh pemangku kepentingan tersebut dalam proses penetapan kebijakan ekonomi mereka.

Dari berbagai rumusan di atas, terlihat bahwa sampai saat ini belum ada kesamaan bahasa dalam merumuskan dan memaknai CSR. Begitu pula halnya dalam konteks ketentuan peraturan perundang-undangan, ternyata belum mempunyai bahasa yang sama dalam merumuskan pengertian CSR, hal ini dapat dibuktikan dari :

- 1) Penjelasan Pasal 15 huruf b Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007 tentang penanaman modal (UUPM) yang menegaskan bahwa “ tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk menciptakan hubungan yang serasi, seimbang dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.
- 2) Pasal 1 Ayat 3 Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas (UUPT) juga menegaskan bahwa “ tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perusahaan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perusahaan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya”¹⁶

Meskipun ada perbedaan penekanan dari pengertian dan rumusan CSR antara UUPM dan UUPT, namun secara substansial kedua undang-undang ini telah merubah persepsi atau paradigm CSR dari kegiatan *Voluntary* menjadi *Mandatory*.

2. Konsep – Konsep *Corporate Social Responsibility*

¹⁶ *Ibid.*, h. 22.

Menurut Archie B. Carrol secara konseptual, tanggung jawab sosial perusahaan didasari tiga prinsip dasar yang dikenal sebagai *triple bottom lines* yaitu 3P¹⁷:

- a. *Profit*. Perusahaan harus tetap berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang
- b. *People*. Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan terhadap manusia, beberapa perusahaan mengembangkan program tanggung jawab sosial perusahaan, seperti pemberian beasiswa bagi pelajar sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, penguatan kapasitas ekonomi lokal, dan bahkan ada perusahaan yang merancang berbagai skema perlindungan sosial bagi warga setempat.
- c. *Planet*. Perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan berkelanjutan keragaman hayati. Beberapa program tanggung jawab sosial perusahaan yang berpijak pada prinsip ini biasanya berupa penghijauan lingkungan hidup, penyediaan sarana air bersih, perbaikan pemukiman, dan pengembangan Pariwisata (ekoturisme).

Konsep piramida CSR yang dikembangkan Archie B. Carrol memberi justifikasi teoritis dan logis mengapa sebuah perusahaan perlu menerapkan CSR bagi masyarakat di sekitarnya. Dalam pandangan Carrol, CSR adalah puncak piramida yang erat terkait, bahkan identik dengan tanggung jawab filantropis.

¹⁷ Edi Suharto, *Pekerja Sosial di Dunia Industri memperkuat tanggung jawab sosial perusahaan*, (Bandung: Refika Aditama, 2007), h. 104-105

3. Prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Sebagai acuan dalam menerapkan CSR dapat merujuk pada prinsip-prinsip dasar CSR sebagaimana dinyatakan oleh seorang pakar CSR dari *University of Bath Inggris* yaitu Alyson Warhurst. Dimana pada tahun 1998 beliau menjelaskan bahwa terdapat 16 prinsip yang harus diperhatikan dalam penerapan CSR yaitu :¹⁸

- a. Prioritas Perusahaan. Perusahaan harus menjadikan tanggung jawab sosial sebagai prioritas tertinggi dan penentu utama dalam pembangunan berkelanjutan. Sehingga perusahaan dapat membuat kebijakan, program, dan praktik dalam menjalankan aktivitas bisnisnya dengan cara lebih bertanggung jawab secara sosial.
- b. Manajemen terpadu. Manajer sebagai pengendali dan pengambil keputusan harus mampu mengintegrasikan setiap kebijakan dan program dalam aktivitas bisnisnya, sebagai salah satu unsur dalam fungsi manajemen.
- c. Proses Perbaikan. Setiap kebijakan, program, dan kinerja sosial harus dilakukan evaluasi secara berkesinambungan didasarkan atas temuan riset mutakhir dan memahami kebutuhan sosial serta menerapkan kriteria sosial tersebut secara global.
- d. Pendidikan Karyawan. Karyawan sebagai stakeholders Primer harus ditingkatkan kemampuan dan keahliannya, oleh karena itu perusahaan harus memotivasi mereka melalui program pendidikan dan pelatihan.
- e. Pengkajian. Perusahaan sebelum melakukan sekecil apapun suatu kegiatan harus terlebih dahulu melakukan kajian mengenai dampak sosialnya. Kegiatan ini tidak saja dilakukan pada saat memulai
- f. suatu kegiatan, tapi juga pada saat sebelum mengakhiri atau menutup suatu kegiatan.

¹⁸ Yusuf Wibisono, *Membedah Konsep & Aplikasi CSR*, Gresik: Fascho Publishing, 2007), h. 39.

- g. Produk dan Jasa. Suatu perusahaan harus senantiasa mengembangkan suatu produk dan jasa yang tidak berdampak negatif secara sosial.
- h. Informasi Publik. Memberikan informasi dan bila perlu mengadakan pendidikan terhadap konsumen, distributor, dan masyarakat umum tentang penggunaan, penyimpanan dan pembuangan atas suatu produk/ jasa.
- i. Fasilitas dan Operasi. Mengembangkan, merancang dan mengoperasikan fasilitas serta menjalankan kegiatan dengan mempertimbangkan temuan yang berkaitan dengan dampak sosial dari suatu kegiatan perusahaan.
- j. Penelitian. Melakukan dan/atau mendukung suatu riset atas dampak sosial dari penggunaan bahan baku, produk, proses, emisi dan limbah yang dihasilkan sehubungan dengan kegiatan usaha. Penelitian itu sendiri dilakukan dalam upaya mengurangi dan/atau meniadakan dampak negatif kegiatan dimaksud.
- k. Prinsip Pencegahan. Memodifikasi manufaktur, pemasaran dan/atau penggunaan atas produk barang dan jasa yang sejalan dengan hasil penelitian mutakhir. Kegiatan ini dilakukan sebagai upaya mencegah dampak sosial yang bersifat negatif.
- l. Kontraktor dan Pemasok. Mendorong kontraktor dan pemasok untuk mengimplementasikan dari prinsip-prinsip tanggung jawab sosial perusahaan, baik yang telah maupun yang akan melakukannya. Bila perlu menjadikan tanggung jawab sosial sebagai bagian dari suatu persyaratan dalam kegiatan usahanya.
- m. Siaga Menghadapi Darurat. Perusahaan harus menyusun dan merumuskan rencana dalam menghadapi keadaan darurat. Dan bila terjadi keadaan berbahaya perusahaan harus bekerja sama dengan layanan gawat darurat, instansi berwenang dan komunitas lokal.

- n. *Transfer Best Practice*. Berkontribusi pada perkembangan dan transfer bisnis praktis sepanjang bertanggung jawab secara sosial pada semua industri dan sektor public.
- o. *Memberikan Sumbangan*. Sumbangan ini ditujukan untuk pengembangan usaha bersama, kebijakan publik, dan bisnis, lembaga pemerintah dan lintas departemen serta lembaga pendidikan yang akan membantu meningkatkan kesadaran akan tanggung jawab sosial.
- p. *Keterbukaan (disclosure)*. Menumbuhkan kembangkan budaya keterbukaan dan dialogis dalam lingkungan perusahaan dan dengan unsur publik. Selain itu perusahaan harus mampu mengantisipasi dan memberikan respons terhadap resiko potensial yang mungkin muncul, dan dampak negatif dari operasi, produk, limbah, dan jasa.
- q. *Pencapaian dan Pelaporan*. Melakukan evaluasi atas hasil kinerja sosial, melaksanakan audit sosial secara berkala dan mengkaji pencapaian berdasarkan kriteria perusahaan dan ketentuan peraturan perundang-undangan serta menyampaikan informasi tersebut kepada dewan direksi, pemegang saham, pekerja, dan publik.

4. Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Manfaat CSR bagi perusahaan antara lain¹⁹:

- a. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan.
- b. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial.
- c. Mereduksi resiko bisnis perusahaan.
- d. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha.
- e. Membuka peluang pasar yang lebih luas.
- f. Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah
- g. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*.

¹⁹ *Ibid.*, h. 6

- h. Memperbaiki hubungan dengan regulator.
- i. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.
- j. Peluang mendapatkan penghargaan.

5. Permasalahan *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility masih memiliki beberapa permasalahan yaitu²⁰ :

- a. Masih belum seragam dan jelas batasan tanggung jawab sosial
- b. Sikap oportunis perusahaan terlebih *social responsibility* mengandung biaya yang cukup besar yang belum tentu memiliki relevansi terhadap pencapaian tujuan yang bersifat *economic motive*.
- c. Kurang respon *stakeholder (silent stakeholder)* sehingga kurang menciptakan *social control* meskipun masyarakat merupakan *social agen*.
- d. Dukungan tata perundangan yang masih lemah
- e. Standar operasional yang masih kurang jelas
- f. Belum jelasnya ukuran evaluasi.

Konteks seperti itu relatif menciptakan praktik CSR sebatas seadanya saja dan bersifat formalitas, meskipun terdapat beberapa perusahaan memiliki komitmen dan serius dalam menjalankan strategi CSR.

6. Jenis-Jenis Program *Corporate Social Responsibility*

a. CSR Pendidikan

Sebagai salah satu pilar pembangunan bangsa, pendidikan tidak bisa diabaikan oleh perusahaan dalam menerapkan CSR. Maka tidak mengherankan pendidikan adalah bidang yang tidak

²⁰ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h. 48

terlewatkan dalam implementasi *Corporate social responsibility* (CSR) setiap perusahaan.²¹

b. CSR Kesehatan

Peningkatan kesehatan suatu penduduk adalah salah satu target perusahaan. sehingga sudah seharusnya program-program *Corporate Social Responsibility* tidak meninggalkan programnya di bidang kesehatan.

c. CSR Lingkungan

Tanggung jawab terhadap perlindungan lingkungan sering kali dianggap berada di ranah public. Di masa lalu pemerintah dipandang sebagai aktor utama yang mengadopsi perilaku ramah lingkungan, sementara itu pihak swasta hanya dilihat sebagai timbulnya masalah-masalah lingkungan, namun kini terbalik, kiprah perusahaan dalam mewujudkan pembangunan berkelanjutan secara ekonomi, sosial dan lingkungan global mulai nyata. Dengan demikian, program-program CSR tidak bisa meninggalkan implementasinya khususnya di bidang lingkungan.²²

d. CSR Ekonomi

Peningkatan taraf hidup masyarakat di bidang ekonomi menjadi perhatian penting bagi setiap pemangku kebijakan *Corporate Social Responsibility*, peningkatan pendapatan ekonomi bisa diterapkan dengan mengembangkan Lembaga Keuangan Mikro, Bantuan Modal kepada pengusaha-pengusaha kecil, dan pemberdayaan masyarakat.²³

293. ²¹ Irham Fahmi, *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi* (Bandung: Alfabeta, 2014), h.

²² *Ibid.*, h. 150

²³ *Ibid.*, h. 166

C. IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)

1. Pola Implementasi *Corporate Social Responsibility*

Dalam upaya mencapai efektifitas implementasi tanggung jawab sosial perusahaan sedikitnya ada empat model atau pola yang secara umum dilaksanakan di Indonesia, yaitu :²⁴

- a. Keterlibatan langsung. Perusahaan menjalankan program tanggung jawab sosial secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara.
- b. Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan. Perusahaan mendirikan yayasan sendiri di bawah perusahaan atau grupnya. Model ini merupakan adopsi dari model yang lazim diterapkan di perusahaan-perusahaan di Negara maju. Biasanya perusahaan menyediakan dana awal, dana rutin atau dana abadi yang dapat digunakan secara teratur bagi kegiatan yayasan
- c. Bermitra dengan pihak lain. Pihak perusahaan melakukan kerja sama dengan lembaga sosial atau organisasi non pemerintah, instansi pemerintah, universitas atau media massa, baik dalam mengelola dana maupun dalam pelaksanaannya.
- d. Mendukung atau bergabung dalam suatu consortium. Perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu. Dibandingkan dengan model lainnya, pola ini lebih berorientasi pada pemberian hibah perusahaan yang bersifat hibah pembangunan.

implementasi tanggung jawab sosial perusahaan yang memiliki efektivitas yang tinggi hanya dapat dicapai jika pelaku usaha tidak lagi berperan hanya sebagai dermawan. Sikap seperti ini berdampak negatif, yaitu melestarikan ketergantungan pada uang kontribusi. Dalam konteks pelaksanaan tanggung

²⁴ Edi Suharto, *Pekerjaan Sosial Di Industri Memperkuat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2007), h. 106.

jawab sosial perusahaan, semestinya dapat dibangun suatu relasi dalam bentuk mitra kerja antara perusahaan dengan masyarakat setempat dalam upaya mencapai tujuan bersama.

Berikut disajikan tabel yang menggambarkan manfaat penglibatan masyarakat setempat oleh perusahaan dalam implementasi program tanggung jawab sosial perusahaan²⁵

Tabel 2.1

Manfaat Implementasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Masyarakat setempat pada perusahaan	Perusahaan pada masyarakat setempat
<ol style="list-style-type: none"> 1. Reputasi yang lebih baik 2. Izin untuk beroperasi secara sosial 3. Mampu menggunakan pengetahuan dan tenaga kerja lokal 4. Keamanan yang lebih terjamin 5. Infrastruktur dan lingkungan sosial ekonomi yang lebih baik 6. Menarik dan menjaga pribadi yang efisien dan memiliki komitmen yang tinggi 7. Menarik pekerja, pemasok, pemberi pelayanan dan konsumen setempat yang berkualitas 8. Laboratorium kajian 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peluang penciptaan kesempatan kerja, pengalaman kerja, dan program latihan 2. Pembagian penanaman modal bagi masyarakat, pengembangan rangka asas 3. Keterampilan perdagangan 4. Efisiensi teknik dan pribadi pekerja yang terlibat 5. Keterwakilan ekonomi sebagai strategi promosi bagi prakarsa prakarsa masyarakat setempat

²⁵ Matias Siagian, Agus Suriadi, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan CSR Perspektif Pekerjaan Sosial, (Medan: FISIP USU PRESS, 2010), h. 78-79.

pembaruan organisasi	
----------------------	--

Dalam melaksanakan aktivitas CSR tidak ada standar atau praktek-praktek tertentu yang dianggap terbaik, setiap perusahaan memiliki karakteristik dan situasi yang unik yang berpengaruh terhadap bagaimana mereka memandang tanggung jawab sosial. Setiap perusahaan memiliki kondisi yang beragam dalam hal kesadaran akan berbagai isu berkaitan dengan CSR serta seberapa banyak hal yang telah dilakukan dalam hal mengimplementasikan pendekatan CSR.²⁶

Meskipun tidak terdapat standar atau praktek-praktek tertentu yang dianggap terbaik dalam pelaksanaan aktivitas CSR, namun kerangka kerja (*framework*) yang luas dalam pengimplementasian CSR masih dapat dirumuskan, yang didasarkan pada pengalaman dan juga pengetahuan dalam bidang-bidang seperti manajemen lingkungan. Kerangka kerja ini mengikuti model “*plan, do, check, and improve*” dan bersifat fleksibel, artinya dapat disesuaikan dengan kondisi yang dihadapi oleh masing-masing perusahaan.²⁷

2. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Implementasi CSR

Menurut *Prince of Wales Foundation* ada lima hal penting yang dapat mempengaruhi Implementasi CSR, Pertama , menyangkut *human capital* atau pemberdayaan manusia. Kedua, *Environments* yang berbicara tentang lingkungan. Ketiga adalah *Good Corporate Governance*. Keempat, *social Cohesion* artinya dalam melaksanakan CSR jangan menimbulkan kecemburuan sosial. Kelima, *Economic Strength* atau memberdayakan lingkungan menuju kemandirian di bidang ekonomi.²⁸

²⁶ Being Bedjoe Tanudjaja, *Perkembangan Corporate Social Responsibility di Indonesia*, (Jakarta: Nirmala, 2008), h. 95.

²⁷ Repository.unand.ac.id/818/1/ARTIKEL_DIPA_ANDA_LUSIA_2009.doc. (diakses pada 15 januari 2018 jam 19.38 WIB).

²⁸ Hendrik Budi Untung, *Corporate Social Responsibility*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2017), h. 11-12.

D. TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN PERSPEKTIF ISLAM

1. Konsep Tanggung jawab sosial perspektif Islam

Konsep pertanggungjawaban bermula dari pemahaman bahwa setiap orang akan dipertanggungjawabkan amalnya, kemudian keluarga dan perusahaan miliknya. Walaupun tanggungjawab perusahaan dan keluarga bermula pula dari bagaimana setiap individu dapat pemahaman bahwa aksinya merupakan tanggungjawab atas perbuatannya itu. Karenanya, dalam Islam setiap orang bertanggungjawab atas dirinya, keluarganya dan apa yang dimilikinya juga merupakan tanggungjawabnya, termasuk kepemilikan perusahaan. dalam kepemilikan perusahaan dikenal dengan tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility*).²⁹

Konsep tanggung jawab sosial suatu perusahaan atau *corporate social responsibility*, muncul sebagai akibat adanya kenyataan bahwa pada dasarnya karakter alami dari setiap perusahaan adalah mencari keuntungan semaksimal mungkin tanpa memperdulikan kesejahteraan karyawan, masyarakat, dan lingkungan alam. Seiring dengan meningkatnya kesadaran dan kepekaan dari *stakeholder* perusahaan maka konsep tanggung jawab sosial muncul dan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dengan kelangsungan hidup perusahaan di masa yang akan datang.³⁰

Tanggung jawab sangat terkait dengan hak dan kewajiban, yang pada akhirnya dapat menimbulkan kesadaran tanggung jawab. Ada dua bentuk kesadaran: Pertama, kesadaran yang muncul dari hati nurani seseorang yang sering disebut dengan etika dan moral. Kedua, kesadaran hukum yang bersifat paksaan berupa tuntutan-tuntutan yang diiringi sanksi-sanksi hukum. Etika membantu manusia bertindak secara bebas tetapi dapat dipertanggungjawabkan.

²⁹ Abdul Aziz, ETIKA BISNIS PERSPEKTIF ISLAM, (Bandung: Alfabeta, 2013), h.

³⁰ *Ibid.*, h. 212

2. Etika bisnis dalam Islam

Dalam islam sebenarnya telah diajarkan etika bisnis sesuai yang di jalankan nabi dalam usaha perdagangannya. Karakteristik nabi Saw., sebagai pedagang adalah, selain dedikasi dan keuletannya juga memiliki sifat; shidiq, fathanah, amanah dan tabligh. Ciri-ciri itu masih ditambah Istiqamah. Shidiq berarti mempunyai kejujuran dan selalu melandasi ucapan, keyakinan dan amal perbuatan atas dasar nilai-nilai yang diajarkan islam. Istiqamah atau konsisten dalam iman dan nilai-nilai kebaikan, meski menghadapi godaan dan tantangan. Istiqamah dalam kebaikan ditampilkan dalam keteguhan, kesabaran serta keuletan sehingga menghasilkan sesuatu yang optimal. Fathanah berarti mengerti, memahami dan menghayati secara mendalam segala yang menjadi tugas dan kewajibannya. Sifat ini akan menimbulkan kreatifitas dan kemampuan melakukan berbagai macam inovasi yang bermanfaat. Amanah, tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. Amanah ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal dan ihsan (kebajikan) dalam segala hal. Tabligh, mengajak sekaligus memberikan contoh kepada pihak lain untuk melaksanakan ketentuan-ketentuan ajaran islam dalam kehidupan sehari-hari.³¹

Berdasarkan sifat-sifat tersebut, dalam konteks *corporate social responsibility* (CSR), para pelaku usaha atau pihak perusahaan dituntut bersikap tidak kontradiksi secara disengaja antara ucapan dan perbuatan dalam bisnisnya. Mereka dituntut tepat janji, tepat waktu, mengakui kelemahan dan kekurangan (tidak ditutup-tutupi), selalu memperbaiki kualitas barang atau jasa secara berkesinambungan serta tidak boleh menipu dan berbohong. Pelaku usaha/pihak perusahaan harus memiliki amanah dengan menampilkan setiap keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal, dan ihsan (berbuat yang terbaik) dalam segala hal, apalagi berhubungan dengan pelayanan masyarakat.

³¹ *Ibid.*, h. 213.

Dengan sifat amanah, pelaku usaha memiliki tanggung jawab untuk mengamalkan kewajiban-kewajibannya. Sifat tabligh dapat di sampaikan pelaku usaha dengan bijak (hikmah), sabar, argumentatif, dan persuasif akan menumbuhkan hubungan kemanusiaan yang solid dan kuat. Para pelaku usaha dituntut mempunyai kesadaran mengenai etika dan moral, karena keduanya merupakan kebutuhan yang harus dimiliki. Pelaku usaha atau perusahaan yang ceroboh dan tidak menjaga etika, tidak akan berbisnis secara baik sehingga dapat mengancam hubungan sosial dan merugikan konsumen, bahkan dirinya sendiri. Berkaitan dengan *corporate social responsibility* (CSR), kelima komponen itu perlu mendapat fokus perhatian.

Dalam skala primer, perusahaan atau badan-badan komersial perlu menghargai agama yang dianut masyarakat. Jangan sampai kepentingan masyarakat terhadap agamanya diabaikan, seperti perusahaan yang mengabaikan atau mengganggu peribadatan warga setempat. bahkan, semestinya perusahaan atau badan-badan komersial harus mampu mengembangkan jiwa usahanya dengan spiritualitas Islam. dalam pemeliharaan jiwa seperti makan dan minum ditujukan agar hidup dapat lebih bertahan dan mencegah akses kepunahan jiwa manusia. Ironisnya, kini, banyak perusahaan air mineral telah menyebabkan kekeringan air di daerah atau kondisi udara di Jakarta telah mengandung zat pencemar udara yang sebagian besar sulfur dioksida, karbon monoksida, nitrogen dioksida dan partikel debu.

Begitu juga pihak korporasi harus mampu menjaga keutuhan dan kehormatan (rumah tangga) warga masyarakat terkait atau internal perusahaan. perusahaan dilarang memberikan akses negatif dalam kegiatannya yang akan mengganggu rusaknya akal pikiran manusia. Islam melarang umatnya mengkonsumsi atau memproduksi makanan atau minuman yang dapat merusak akal karena akan mengancam eksistensi akalnya.

Dalam pemeliharaan harta, transaksi jual beli harus dilakukan secara halal. Jika tidak, maka eksistensi harta akan terancam, baik pengelolaan maupun

pemanfaatannya. Karena itu, pihak perusahaan dilarang melakukan kegiatan yang secara jelas melanggar aturan syara'³².

Dalam konteks tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*), *maqashid as-syari'ah* ditunjukkan agar pelaku usaha atau pihak perusahaan mampu menentukan skala prioritas kebutuhannya yang terpenting. Kebutuhan-kebutuhan itu tidak hanya diorientasikan untuk jangka pendek, tetapi juga jangka panjang dalam mencapai ridha Allah. Kegiatan ekonomi tidak hanya melibatkan aspek materi, tapi juga kualitas keimanan seorang hamba kepada Allah swt

Oleh karena itu, konsep pembangunan yang melibatkan *maqashid as-syari'ah* dimaksudkan agar terbentuk pribadi-pribadi muslim yang memiliki keimanan dan ketakwaan. Tentu saja sikap ini tidak saja didapatkan dari lubuk hati yang dalam. Tetapi, dilandasi juga dari kesadaran manusia untuk melaksanakan kewajiban sebagai seorang hamba-Nya. Kewajiban mengaplikasikan tanggung jawab seorang hamba untuk melakukan kejujuran, kebenaran, kebajikan dan kasih sayang terhadap seluruh data kehidupan aktual. Islam mengajarkan tanggung jawab agar mampu mengendalikan diri dari tindakan melampaui batas kewajaran dan kemanusiaan. Tanggung jawab ini mencakup tanggung jawab kepada Allah, kepada sesama dan lingkungannya³³.

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) memiliki peranan yang signifikan dalam keberhasilan perusahaan di masa yang akan datang. Karenanya, sudah saatnya setiap perusahaan memberikan perhatian yang serius kepada masalah tanggung jawab sosial. Disamping itu, tanggung jawab sosial perusahaan dapat menyeimbangkan perusahaan dalam mencapai tujuan komersil dan tujuan non komersil. Sesuai dengan ajaran islam, sebenarnya ada konsep yang lebih agung terkait dengan CSR, yaitu salah satu dari rukun islam tentang pengeluaran zakat. Melalui pengumpulan zakat akan dapat dibangun masyarakat sejahtera. Bahkan dalam instrument ilmu ekonomi Islam sebagaimana para ahli berpendapat

³² *Ibid.*, h. 214.

³³ *Ibid.*, h. 215.

bahwa instrument ekonomi islam sebagai bentuk dari tanggung jawab pribadi maupun sosial adalah perangkat ZIS, yaitu Zakat, Infaq, Shadaqah.

Sebenarnya dalam pandangan islam sendiri kewajiban melaksanakan CSR bukan hanya menyangkut pemenuhan kewajiban secara hukum dan moral tetapi juga strategi agar perusahaan tetap *survive* dalam jangka panjang. Jika CSR tidak dilaksanakan maka akan terdapat banyak biaya yang harus ditanggung perusahaan. sebaliknya jika perusahaan melakukan CSR dengan baik dan aktif mengimbangi hak-hak dari semua *stakeholders* berdasarkan kewajaran, martabat dan keadilan serta memastikan distribusi kekayaan yang adil, akan benar-benar bermanfaat bagi perusahaan dalam jangka panjang. Seperti, meningkatkan kepuasan, menciptakan lingkungan kerja yang aktif dan sehat, mengurangi stress karyawan, meningkatkan distribusi kekayaan di dalam masyarakat. Tujuan keadilan sosio-ekonomi dan distribusi pendapatan dan kekayaan yang merata merupakan bagian yang tak terpisahkan dari falsafah moral islam dan didasarkan pada komitmennya terhadap persaudaraan (*brotherhood*) dan kemanusiaan.³⁴

CSR secara Islami adalah CSR yang merujuk pada praktik bisnis yang memiliki tanggung jawab etis secara islami. Perusahaan memasukkan norma-norma agama islam yang ditandai oleh adanya komitmen ketulusan dalam menjaga kontrak sosial di dalam praktik bisnisnya. Dipandang dari perspektif pembangunan yang lebih luas. CSR menunjukkan pada kontribusi perusahaan terhadap konsep pembangunan berkelanjutan yakni pembangunan yang sesuai dengan kebutuhan generasi saat ini tanpa terabaikan kebutuhan generasi masa depan. Secara umum CSR dimaknai sebagai sebuah cara dengan nama perusahaan berupaya mencapai sebuah keseimbangan antara tujuan-tujuan ekonomi, lingkungan dan sosial masyarakat. Sebagaimana firman Allah swt dalam QS.Al-Baqarah ayat 261 :

³⁴ Ali Syukron, “*CSR dalam Perspektif Islam dan Perbankan Syariah*”. *Jurnal Economic dan Hukum Islam*, Vol 5 No. 1 (Banyuwangi: Sekolah tinggi agama Islam Darul Ulum, 2015).

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلٍ فِي كُلِّ سُنْبُلَةٍ مِائَةٌ
حَبَّةٌ وَاللَّهُ يُضَعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ ﴿٥٦﴾

Terjemahan : ”Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir: seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki. Dan Allah Maha Luas (kurnia-Nya) lagi Maha Mengetahui”

Pengertian menafkahkan harta di jalan Allah meliputi belanja untuk kepentingan jihad, pembangunan perguruan, rumah sakit, usaha penyelidikan ilmiah dan lain-lain.³⁵ Menurut DeGeorge kewajiban umum perusahaan adalah :

- a. Tidak merugikan orang lain
- b. Wajib mematuhi sistem ekonomi dimana ia berada
- c. Adil dalam setiap transaksi bisnis
- d. Memenuhi semua kontrak dan perjanjiann

Perusahaan harus adil kepada pemasok, konsumen dan masyarakat. Tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat menurut Satya Nugraha:

- a. Tidak merusak lingkungan alam
- b. Menjamin keselamatan masyarakat yang ada di sekitarnya
- c. Harus berdampak positif, bukan negatif kepada masyarakat.

Disamping itu perusahaan membantu orang miskin, membangun fasilitas umum, memberikan biaya pendidikan, serta mengembangkan seni dan budaya.³⁶

³⁵ Mad Nasir dan Khoirudin, *Etika Bisnis dalam Islam* (Bandar Lampung: Seksi Penerbitan Fakultas Syariah, IAIN Lampung, 2012), h. 56.56.

³⁶ Sofyan. S. Harahap, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Salemba Empat, 2012), h. 102.

3. Aspek-aspek tanggung jawab sosial dalam Islam

Menurut Syed Nawad Naqvi, tanggung jawab sosial dapat dilakukan dari aspek-aspek sebagai berikut :

a. Keesaan Allah (*tauhid*)

Unity adalah suatu integritas vertikal interaksi sistem sosial yang bermuara pada keesaan allah (*tauhid*). Artinya segala upaya yang dilakukan manusia berpulang pada fungsi ibadah dan tanggung jawab yang akan diberikan oleh allah sebagai pemberi amanah dan pemilik sumber daya yang sesungguhnya, manusia hanya sebagai pemegang amanah untuk mengelola dan memimpin dan akan dimintai pertanggungjawaban atas kepemimpinan atas sumber daya di muka bumi ini dihadapan Allah SWT sebagai pemilik bumi ini.

b. Keseimbangan / *Equilibrium*

Yaitu keseimbangan sesuai peran dan fungsi setiap pihak. Proses produksi dan seluruh misi yang di emban dilakukan dengan cara-cara yang adil dan seimbang bagi keseluruhan pihak yang mesti diberlakukan dan diberikan kontribusi hak dan kewajiban secara sepadan.

c. Kebebasan / *Free will*

Kebebasan bertindak memilih sesuai potensi manusia yang dimiliki dan bebas menggunakan nya. Manusia bebas menentukan kreatifitas untuk melakukan produksi sepanjang diorientasikan untuk menjawab permasalahan sosial dan bermanfaat bagi kemaslahatan umat manusia.

d. Tanggung jawab / *Responsibility*

Bertanggung jawab kepada pemberi amanah yaitu Allah, terhadap diri sendiri dan masyarakat luas yaitu *stakeholders*³⁷ pertanggung jawaban berarti manusia sebagai pelaku bisnis, mempunyai tanggung jawab moral kepada tuhan atas perilaku bisnis. Harta sebagai komoditi bisnis dalam islam adalah amanah tuhan yang harus dipertanggung jawabkan dihadapan

³⁷ Muslich, Etika Bisnis Islami, *Landasan Filosofi, Normatif dan substansi Implementatif*. Cetakan I (Yogyakarta: Ekonisia, Fakultas Ekonomi UII, 2004), h. 90.

tuhan. Kebebasan apapun yang tanpa batasan pasti menuntut adanya pertanggung jawaban. Untuk memenuhi keadilan, kebenaran dan kehendak bebas dalam tindakannya. Secara logis prinsip pertanggung jawaban sangat erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggung jawab atas semua yang dilakukannya

4. Pelaksanaan tanggung jawab sosial dalam Islam

Pelaksanaan tanggung jawab sosial dalam islam secara rinci harus memenuhi beberapa unsur sehingga dapat membedakan CSR atau tanggung jawab sosial dalam perspektif islam dengan CSR secara universal yaitu :³⁸

a. Al-adl

Islam telah mengharamkan setiap hubungan bisnis atau usaha yang mengandung kezaliman dan mewajibkan terpenuhinya keadilan yang teraplikasikan dalam hubungan usaha dan kontrak-kontrak serta perjanjian bisnis. Keseimbangan atau keadilan dalam bisnis adalah ketika korporat mampu menempatkan segala sesuatu pada tempatnya. Dalam beraktifitas di dunia bisnis, islam mengharuskan berbuat adil yang diarahkan kepada hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta. Jadi, keseimbangan alam dan keseimbangan sosial harus tetap terjaga bersamaan dengan operasional usaha bisnis, dalam Al-qur'an surat huud ayat 85 ditegaskan bahwa :

وَيَقُومُوا أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي
الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿٨٥﴾

Terjemahan : “Dan Syu`aib berkata: "Hai kaumku, cukupkanlah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-

³⁸ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2007),h. 160.

hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan di muka bumi dengan membuat kerusakan”.

b. Al-Ihsan

Islam hanya memerintahkan dan menganjurkan perbuatan yang baik bagi kemanusiaan, agar amal yang dilakukan manusia dapat memberi nilai tambah atau mengangkat derajat manusia baik individu maupun kelompok. Pelaksanaan CSR dengan semangat ihsan akan dimiliki ketika individu atau kelompok melakukan kontribusi dengan semangat ibadah dan berbuat karna atas ridho allah swt. Allah berfirman dalam surah Al-Baqarah ayat 195 yaitu :

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ ﴿١٩٥﴾

Terjemahan : *“Dan belanjakanlah (harta bendamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri ke dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah, karena sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik”.*

Ihsan adalah melakukan perbuatan baik, tanpa adanya kewajiban tertentu untuk melakukan hal tersebut. Ihsan adalah *beauty* dan *perfection* dalam sistem sosial. Bisnis yang dilandasi unsur ihsan dimaksudkan sebagai proses niat, sikap, dan perilaku yang baik, serta berupaya memberikan keuntungan lebih kepada *stakeholders*.

c. Manfaat

Konsep ihsan yang telah dijelaskan di atas seharusnya memenuhi unsur manfaat bagi kesejahteraan masyarakat (internal maupun eksternal perusahaan). konsep manfaat dalam CSR, lebih dari aktivitas ekonomi. Perusahaan sudah seharusnya memberikan manfaat yang lebih luas dan tidak statis misalnya terkait bentuk filantropis dalam berbagai aspek sosial seperti pendidikan, kesehatan, pemberdayaan kaum marginal, pelestarian lingkungan.

d. Amanah

Dalam usaha bisnis, konsep amanah merupakan niat dan I'tikad yang perlu diperhatikan terkait pengelolaan sumber daya (alam dan manusia) secara makro, maupun dalam mengemudikan suatu perusahaan. Allah berfirman dalam surah An-Nisa' ayat 58 yaitu :

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

Terjemahan : “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat”.

Perusahaan yang menerapkan CSR harus memenuhi dan menjaga amanah dari masyarakat yang secara otomatis terbebani pundaknya misalnya menciptakan produk yang berkualitas, serta menghindari perbuatan yang tidak terpuji dalam setiap aktivitas bisnis. Amanah dalam perusahaan dapat dilakukan dengan pelaporan dan transparan yang jujur kepada yang berhak, serta amanah dalam pembayaran pajak, pembayaran gaji karyawan. Amanah dalam skala makro dapat direalisasikan dengan melaksanakan perbaikan sosial dan menjaga keseimbangan lingkungan.

E. Kajian Terdahulu

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No.	Tahun	Nama peneliti	Judul penelitian	Hasil penelitian
1.	2010	Eka Rusdiana	Impelementasi Tanggung Jawab sosial perusahaan (<i>corporate social responsibility</i>) di PT. Sinar Mas Agro Resources and Technology (PT. SMART Tbk.)	Penelitian ini menyimpulkan: impelementasi CSR PT. SMART berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat sasaran, penguatan kapasitas individu, kelompok maupun organisasi serta terbentuknya masyarakat yang menjadi perangkat lindung sosial bagi keberlangsungan usaha perusahaan.
2.	2010	Muhammad Subhi	Implementasi <i>corporate social responsibility</i> PT. Pertamina (Persero)	Peneliti menyimpulkan bahwa PT. Pertamina telah melakukan program tanggung jawab sosial perusahaan dengan pola implementasi

				secara langsung atau bekerja sama dengan pihak lain.
3.	2011	Oki Saputra	Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) PT. Telkom Indonesia	Peneliti menyimpulkan PT. Telkom telah melaksanakan CSR sesuai dengan ketentuan menteri BUMN dan memasukkan CSR dalam rangka strategi bisnisnya.
4.	2014	Komang Islami Susanti	Implementasi dan pelaporan <i>corporate social responsibility</i> (Studi kasus pada PT. PLN Persero Distribusi Jawa Timur)	Peneliti menyimpulkan bahwa PT. PLN Distribusi Jawa Timur telah mengimplementasikan kegiatan CSR atau PKBL yang dilaksanakan oleh divisi Kemitraan dan Bina Lingkungan
5.	2015	Firda Aulia	Implementasi Alokasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap pemberdayaan	Peneliti menyimpulkan bahwa PT. Tugu pratam Indonesia sebagai perusahaan asuransi telah

			masyarakat (studi kasus pada PT. Tugu Pratama Indonesia General Insurance)	melakukan program CSR tidak hanya memberikan kontribusi yang sifatnya jangka pendek namun juga memaksimalkan CSR dengan cara memberikan kegiatan yang sifatnya berkelanjutan.
6.	2015	Dwi Gemina	“Pengaruh program corporate social responsibility PT. Aneka Tambang terhadap peningkatan taraf hidup masyarakat Kecamatan Nanggung Kabupaten Bogor” Jurnal Visionida, Vol. 1 No. 1, (Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Djuanda)	Hasil penelitian program corporate social responsibility PT. Aneka Tambang pada bidang pendidikan, kesehatan, lingkungan, kenaikan keinginan dan kebutuhan dasar manusia serta keamanan mempunyai pengaruh secara simultan terhadap sosial ekonomi masyarakat. Secara parsial pendidikan, lingkungan dan keselamatan

				berpengaruh terhadap peningkatan taraf hidup masyarakat.
7.	2015	Fiqih Fauzi	Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> pada program kemitraan dan bina lingkungan perum percetakan uang republik indonesia	Program kemitraan dan bina lingkungan perum peruri dilaksanakan atas dasar biaya keuntungan/ laba bersih perusahaan yaity maksimal 2 % untuk program kemitraan dan 2 % unyuk kegiatan bina lingkungan. Berbagai kegiatan PKBL Perum Peruri telah memberikan dampak positif khususnya bagi masyarakat.
8.	2015	Ainul Chanafi, Achmad Fauzi dan Sunarti	Pengaruh persepsi masyarakat terhadap implementasi corporate social responsibility dan dampaknya pada citra perusahaan	Hasil analisis menunjukkan terdapat pengaruh signifikan antara variabel Implementasi CSR terhadap variabel citra perusahaan (Y) dengan signifikansi

			(survey masyarakat sekitar PT. GreenFields Indonesia, Desa Babadan Kecamatan Ngajum, Malang). JAB, Vol. 3 No. 1 (Universitas Brawijaya, Malang)	p-value sebesar 0,0000(<0,05). Hasil analisis juga menunjukkan bahwa persepsi masyarakat yang terdiri dari variabel perhatian, pemahaman dan ingatan (X) secara tidak langsung berpengaruh terhadap variabel citra perusahaan.
9.	2016	Rifienti Herlinda Wandina, Deasy Arisanty, Ellyn Normelani	Implementasi program CSR (Corporate Social Responsibility) PT. ADARO Indonesia bidang pendidikan di kecamatan Tanta Kabupaten Tabalong	Pelaksanaan program CSR PT.Adaro Indonesia didasari kesadaran perusahaan akan tanggung jawab terhadap lingkungan dan pengembangan masyarakat. Penerapan program Csr di bidang pendidikan termasuk bantuan yang efektif. Namun, ditemukan beberapa permasalahan dalam pelaksanaannya.

10.	2017	Syaniatul Wida	Analisis implementasi <i>corporate social responsibility</i> (CSR) terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat dalam perspektif ekonomi islam (studi kasus pada PT. Telkom Majapahit Bandar Lampung)	Berdasarkan uji validitas, reliabilitas, analisis regresi sederhana, koefisien determinasi, bahwa variabel independen yaitu program csr kemitraan bina lingkungan berpengaruh positif terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat.
-----	------	----------------	--	--

Berdasarkan penelitian penelitian terdahulu dapat diketahui bahwa ada perbedaan antara penelitian sebelumnya dan penelitian yang dilakukan peneliti diantaranya meskipun semua penelitian tersebut memiliki fokus atau tema yang sama, namun pada penelitian yang akan dikaji oleh peneliti lebih ditekankan implementasi atau penerapannya di dalam perusahaan, seberapa besar komitmen dan keseriusan perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosialnya.

Adapun dalam menilai komitmen dan keseriusan perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosialnya dapat dilihat berdasarkan³⁹ :

1. *Leadership* (Kepemimpinan)

- a. Program CSR dapat dikatakan berhasil jika mendapatkan dukungan dari *Top Management* perusahaan.

³⁹ Dwi Kartini, *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*, h. 54

2. Proporsi bantuan

CSR dirancang bukan semata-mata pada kisaran anggaran saja, melainkan juga pada tingkatan serapan maksimal, artinya apakah arealnya luas, maka anggarannya harus lebih besar. Jadi, tidak dapat dijadikan tolak ukur, apabila anggaran yang besar pasti menghasilkan program yang bagus.

3. Transparansi dan akuntabilitas

- a. Terdapat laporan tahunan
- b. Mempunyai mekanisme audit sosial dan finansial dimana audit sosial terkait dengan pengujian sejauh mana program-program CSR telah dapat ditunjukan secara benar sesuai kebutuhan masyarakat, perusahaan mendapatkan umpan balik dari masyarakat secara benar dengan melakukan interview dengan para penerima manfaat.

4. Cakupan wilayah (*coverage area*)

Terdapat identifikasi penerima manfaat secara tertib dan rasional berdasarkan skala prioritas yang telah ditentukan.

5. Perencanaan dan mekanisme monitoring dan evaluasi

- a. Dalam perencanaan perlu ada jaminan untuk melibatkan *multistakeholder* pada setiap siklus pelaksanaan proyek.
- b. Terdapat kesadaran untuk memperhatikan aspek-aspek lokalitas (*local wisdom*) pada saat perencanaan ada kontribusi, pemahaman dan penerimaan terhadap budaya lokal yang ada.
- c. Terdapat *blue print policy* yang menjadi dasar pelaksanaan program.

6. Pelibatan *stakeholder* (*stakeholder engagement*)

- a. Terdapat mekanisme koordinasi regular dengan *stakeholder*, utamanya masyarakat.

7. Keberlanjutan (*sustainability*)

- a. Terjadi alih peran dari korporat ke masyarakat.
- b. Tumbuhnya rasa memiliki program dan hasil program pada diri masyarakat, sehingga masyarakat dapat ikut andil dalam menjaga dan memelihara program dengan baik.

8. Hasil nyata (*outcome*)

- a. Terdapat dokumentasi hasil yang menunjukkan berkurangnya angka kesakitan dan kematian (dalam bidang kesehatan) atau berkurangnya angka buta huruf dan meningkatnya kemampuan SDM (dalam bidang pendidikan) atau parameter lainnya sesuai bidang CSR yang dipilih oleh perusahaan.
- b. Terjadi perubahan pola pikir masyarakat.
- c. Memberikan dampak ekonomi masyarakat yang dinamis.

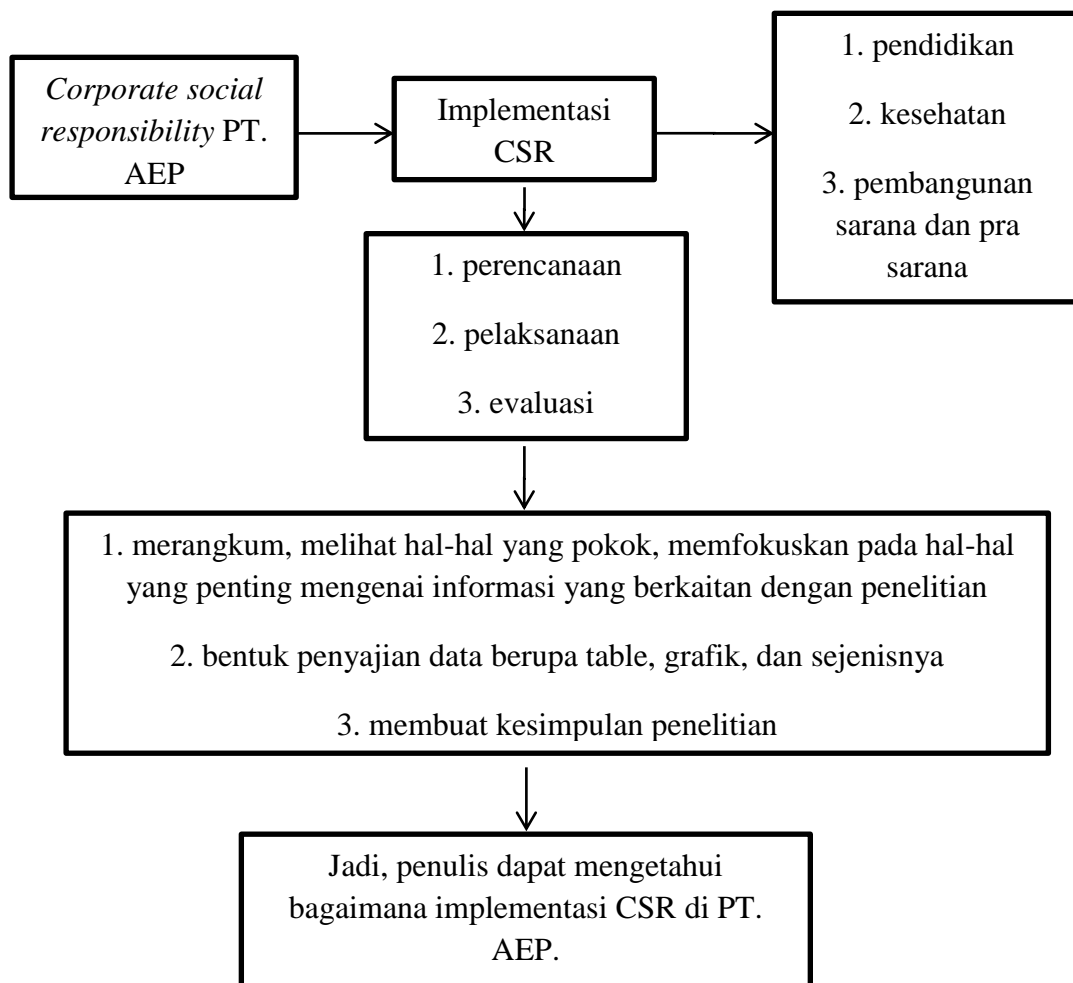
Berdasarkan indikator-indikator tersebut akan memudahkan untuk melihat apakah program yang dijalankan sudah sesuai dengan hasil yang diharapkan.

F. Kerangka Teoritis

Perseroan terbatas wajib menyisihkan sebagian laba bersih dalam mengalokasikan dana pelaksanaan tanggung jawab sosial terutama bagi perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam. Perusahaan, khususnya perseroan terbatas yang bergerak di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam harus melaksanakan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat. *Corporate social responsibility* merupakan elemen yang penting dalam kerangka *sustainability*, yang mencakup aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial budaya.

Implementasi *corporate social responsibility* di PT. Anglo Eastern Plantations biasanya dibagi dalam berbagai jenis kegiatan, misalnya dalam bidang pendidikan seperti pemberian beasiswa, pembangunan sekolah, dan sebagainya. Kemudian, dalam bidang kesehatan, dan bidang sarana dan prasarana seperti pembangunan rumah ibadah, atau fasilitas umum lainnya. Ada proses-proses yang dilalui dalam implementasi CSR yakni perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi.

Dalam meneliti implementasi CSR di PT. AEP peneliti melakukan analisis data yang dimulai dari mereduksi data yakni memilah dan memilih data mana saja yang sesuai untuk dijadikan bahan dalam penelitian, selanjutnya peneliti menyajikan data data yang dapat berupa tabel atau grafik, dan proses terakhir yakni Peneliti memberikan kesimpulan terkait implementasi CSR yang dilakukan PT. AEP dan peneliti juga dapat memberikan saran terkait implementasi CSR yang dilakukan PT. AEP.



Gambar 2.1 Kerangka Teoritis

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif. Data yang dihasilkan berupa data kualitatif yang dikembangkan dengan metode deskriptif. Metode deskriptif adalah jenis penelitian yang memberikan gambaran atau uraian atas suatu keadaan sejelas mungkin tanpa ada perlakuan objek yang diteliti.⁴⁰ Catatan deskriptif berupa deskripsi atau gambaran rinci tentang lokasi, situasi, kejadian atau peristiwa atau apapun yang diamati peneliti.⁴¹

Format deskriptif kualitatif pada penelitian ini dapat dilakukan dalam bentuk studi kasus. Studi kasus ini memusatkan diri pada suatu unit tertentu dari berbagai fenomena dan membuat studi ini menjadi lebih mendalam. Dalam penelitian ini penulis mencoba menggambarkan implementasi *corporate social responsibility* di PT. Anglo Eastern Plantations sebagai tanggung jawab sosial perusahaan.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Anglo Eastern Plantations (AEP) Medan yang berlokasi di Wisma HSBC Lantai 3 Jl. Diponegoro kav. 11 Medan yang merupakan sebuah perusahaan perkebunan kelapa sawit. Relevansi metodologis, mengapa perusahaan ini dipilih karena PT. AEP merupakan salah satu perusahaan

⁴⁰ Ronny Kountur, *Metode Penelitian: Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*, (Jakarta: PPM, 2005), cet-3, h. 105.

⁴¹ Nusa Putera, *Penelitian Kualitatif: Proses dan aplikasi*, (Jakarta: PT Indeks, 2012), h. 122.

perkebunan swasta yang telah melakukan tanggung jawab sosial perusahaannya dengan aktif, sehingga cukup representatif untuk diteliti.

C. Subjek Penelitian

Responden dalam penulisan penelitian ini adalah pihak-pihak yang terkait atau mempunyai hubungan dengan apa yang sedang diteliti penulis. Diantaranya ialah pihak atau divisi yang berkaitan langsung dengan masalah yang dibahas yaitu divisi CSR (*Corporate Social Responsibility*).

D. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan berbagai sumber data. Penggunaan berbagai sumber data dimaksudkan untuk mendapatkan data yang terperinci dan komprehensif yang menyangkut objek yang diteliti. Hal ini dimaksudkan untuk mencapai validitas (kredibilitas) dan reliabilitas (konsistensi) penelitian. Dengan adanya berbagai sumber data tersebut, peneliti dapat meyakinkan kebenaran dan keakuratan data yang diperolehnya. Adapun bentuk-bentuk data tersebut dapat berupa catatan hasil wawancara, pengamatan lapangan, serta dokumen.

Dalam penyusunan penelitian ini, penulis menggunakan 2 jenis sumber data, yaitu :

1. Data primer

Data primer merupakan data yang didapatkan langsung dari hasil wawancara kepada pihak PT. AEP (Anglo Eastern plantations) kepada divisi yang berwenang dan berkaitan langsung dengan masalah yang dibahas. Yaitu divisi corporate social responsibility.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang peneliti peroleh baik berupa dokumen, arsip-arsip, memo atau catatan tertulis lainnya yang berkaitan dengan penelitian, data sekunder ini peneliti peroleh dari laporan anggaran CSR yang berasal dari perusahaan.

E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Bahan

1. Instrumen Pengumpulan Bahan

Adapun beberapa instrumen yang digunakan untuk mendapatkan data adalah sebagai berikut:

a. Instrumen Wawancara

Dalam hal ini peneliti menggunakan alat tulis dan media elektronik kemudian mengajukan beberapa pertanyaan yang sudah disusun sebelumnya untuk memperoleh informasi diantaranya struktur organisasi, perencanaan hingga pelaksanaan CSR di perusahaan.

b. Instrumen Dokumentasi

Dalam hal ini peneliti meminta dokumentasi mengenai data-data aktivitas CSR Perusahaan, diantaranya adalah jenis kegiatan dan alokasi dana nya yang berasal dari laporan anggaran CSR serta foto-foto pelaksanaan CSR perusahaan setiap tahunnya.

2. Teknik Pengumpulan Bahan

Adapun beberapa instrumen yang digunakan untuk mendapatkan data adalah sebagai berikut:

a. Penelitian lapangan

Merupakan data primer yang didapatkan dari PT. Anglo Eastern Plantations (AEP). Dengan menggunakan metode ini penulis mendapat data dan informasi langsung dari perusahaan mengenai jenis kegiatan CSR dan alokasi dana nya.

b. Studi Dokumen

Merupakan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dari dokumen dan rekaman. Hasil penelitian akan lebih dapat dipercaya dengan adanya dokumen. Alasan kenapa studi dokumen berguna bagi penelitian kualitatif yaitu karena merupakan sumber

yang stabil dan kaya, berguna sebagai bukti untuk suatu pengujian, karena sifatnya yang alamiah, sesuai dengan konteks, relatif murah dan tidak sulit ditemukan.

Dokumentasi pada penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data data atau laporan yang diperoleh dari PT. AEP terkait dengan CSR dan laporan lainnya yang berkaitan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian ini.

c. Wawancara

Merupakan suatu bentuk komunikasi antara dua orang. Melibatkan seorang yang ingin memperoleh informasi dan seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu.⁴²

Dalam pelaksanaannya peneliti terlebih dahulu menyiapkan pertanyaan yang akan diajukan kepada pihak atau divisi berwenang di PT. AEP guna memperoleh informasi yang dibutuhkan peneliti.

F. Analisa Data

Analisa data adalah proses menyusun, mengkategorikan data, mencari pola atau tema, dengan maksud untuk memahami maknanya.⁴³ Artinya, semua analisa data kualitatif akan mencakup penelusuran data dan didapatkan melalui catatan-catatan (pengamatan lapangan) untuk menemukan pola-pola yang dikaji oleh peneliti.

Analisa data juga merupakan proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan.⁴⁴

Analisa data mencakup kegiatan dengan data, mengorganisasikannya, memilih dan mengaturnya ke dalam unit-unit, mensintesisikannya, mencari pola-pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa

⁴² Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), h. 180.

⁴³ S.Nasution, *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*, (Bandung: Tarsito, 2002) cet ke-3, h. 142.

⁴⁴ Zuhairi, *et.al*, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h.40

yang akan dipaparkan kepada orang lain, dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi. Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan metode analisis deskriptif, yaitu penelitian untuk memberikan penjelasan mengenai karakteristik suatu populasi atau fenomena tertentu, maksudnya adalah cara melaporkan data dengan menerangkan dan memberi gambaran mengenai data yang terkumpul secara apa adanya dan kemudian data tersebut disimpulkan.⁴⁵

Aktivitas dalam analisis data yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*. Proses mereduksi data dengan merangkum, melihat hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting mengenai informasi yang berkaitan dengan penelitian. Selanjutnya, *data display* diartikan sebagai bentuk penyajian data berupa table, grafik, dan sejenisnya. Langkah ketiga adalah kesimpulan dan verifikasi, hal ini dilakukan dimana peneliti membuat kesimpulan awal yang bersifat sementara dan akan berubah jika ditemukan bukti-bukti yang lebih kuat, yang mendukung pada pengumpulan data berikutnya. Akan tetapi, apabila data awal yang dikumpulkan valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

Proses analisis data dalam penelitian ini diawali dengan pengumpulan data di lapangan, pengumpulan data dilakukan pada awal sejak bulan februari 2018 yang merupakan penelitian awal. Penelitian awal berguna untuk melakukan analisis tema dan pemilihan tema yang akan diteliti. Tema yang akan diteliti adalah implementasi *corporate social responsibility* di PT. AEP. Peneliti melakukan pengumpulan data lebih lanjut setelah proses seminar proposal dan mendapatkan persetujuan dari dosen pembimbing. Proses pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Tahap selanjutnya adalah reduksi data. Pada tahap ini peneliti melakukan penggabungan dan penyeragaman segala bentuk data yang diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Setelah melakukan reduksi data, tahap selanjutnya adalah

⁴⁵ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian: Public relation dan Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2006), h. 274.

menyajikan data. Tahap ini dilakukan dengan melakukan pengolahan data setengah jadi dari proses reduksi data. Tulisan hasil wawancara dan observasi dianalisis kemudian dimasukkan ke dalam bagian yang sudah dikelompokkan dan dikategorikan, kemudian peneliti mengurai seluruh bagian yang ditentukan, selanjutnya menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan, yaitu bagaimana implementasi *corporate social responsibility* dalam perusahaan PT. AEP (Anglo Eastern Plantations). Jawaban dari pertanyaan yang diajukan berdasarkan hasil temuan penelitian yang dimasukkan dalam sub bab hasil penelitian dan pembahasan. Selanjutnya adalah membuat kesimpulan dari temuan tersebut dengan memberikan penjelasan dari jawaban pertanyaan penelitian yang diajukan.

BAB IV

PEMBAHASAN

G. Profil dan Penerapan CSR PT. Anglo Eastern Plantations

5. Sejarah Singkat PT. Anglo Eastern Plantations

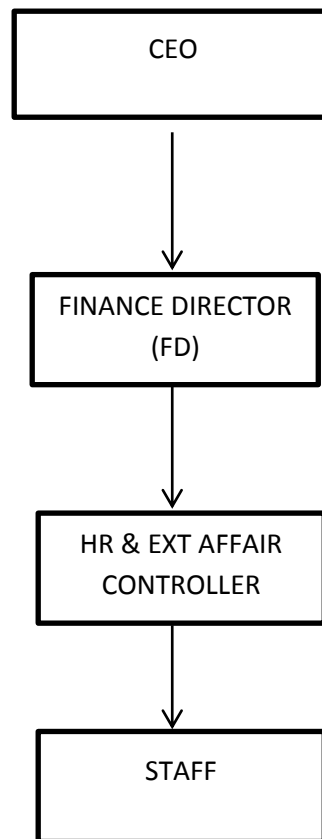
PT. Anglo Eastern Plantations (AEP) merupakan perusahaan swasta yang berbentuk perseroan terbatas yang bergerak dalam bidang perkebunan kelapa sawit. PT. AEP berdiri pada tahun 1985 dan terdaftar di Bursa Efek London pada tahun yang sama. Kegiatan utama perusahaan adalah produksi dan pengolahan kelapa sawit dan karet melalui operasional perusahaan di Indonesia dan Malaysia yang berjumlah sekitar 128.600 Ha.

Di tahun 2016 PT. AEP mengembangkan 512 Ha perkebunan karet baru yang menghasilkan sekitar 868 ton getah mentah dan gumpalan karet. Luas perkebunan karet semakin berkurang di akibatkan perusahaan mengganti pohon karet tua dengan perkebunan kelapa sawit.

Kegiatan operasional PT. AEP di Indonesia berada di Kepulauan Sumatera, Riau, Bengkulu, Bangka Belitung dan Kalimantan Tengah yang dijalankan oleh 16 unit anak perusahaan serta memiliki 6 pabrik pengolahan kelapa sawit. disamping itu, untuk penanganan pengolahan limbah lanjutan pabrik pengolahan kelapa sawit telah dibangun 3 pabrik Biogas yang berada di Sumatera, Bengkulu dan Kalimantan Tengah.

PT. AEP berkomitmen terhadap pengembangan dan pengelolaan perkebunan dan fasilitasnya sebagai bentuk tanggung jawab untuk kepentingan lingkungan dan operasional perusahaan

6. Struktur Organisasi CSR PT. AEP



Gambar 4. 1 Struktur Organisasi CSR PT. AEP

Sumber : PT. Anglo Eastern Plantations, 2018

Berikut disajikan struktur organisasi divisi yang membidangi CSR divisi tersebut ialah divisi HR & Affair Controller bersama staff nya, divisi ini berkoordinasi dengan pihak manajemen perusahaan untuk merencanakan serta nantinya melaksanakan kegiatan CSR perusahaan, dengan persetujuan Finance Director dan CEO perusahaan. Divisi HR & Affair Controller akan bertanggung jawab kepada Finance Director untuk melaporkan kegiatan CSR yang dilakukan setiap tahunnya, lalu kemudian Finance Director akan melaporkan langsung kepada Top Management Perusahaan yakni CEO.

7. Latar Belakang, Visi dan Misi CSR PT. Anglo Eastern Plantations

a. Latar Belakang

Kegiatan Operasional perusahaan yang berada di dalam lingkungan masyarakat yang beragam kondisi kehidupannya secara umum masih kurang dalam aspek kesehatan, pendidikan, ekonomi maupun rentan terhadap bencana. Hal ini perlu mendapat perhatian perusahaan, sebagai bagian dari masyarakat yang memiliki tanggung jawab sosial.

Program CSR adalah salah satu program yang dapat meningkatkan hubungan baik antara perusahaan dan lingkungan sekitarnya. Mengikuti prinsip ekonomi, keterbatasan sumber daya yang dimiliki harus dimobilisasi dengan program CSR untuk semaksimal mungkin memberikan manfaat kepada masyarakat yang pada akhirnya juga akan memberikan manfaat kepada perusahaan.

b. Visi

Mewujudkan keharmonisan antara perusahaan dengan masyarakat sekitar sehingga dapat melancarkan kesinambungan operasional perusahaan.

c. Misi

- 1) Membina komunikasi yang baik terhadap seluruh *stakeholder* yang berkepentingan.
- 2) Memberikan perhatian dan kepedulian terhadap masyarakat sekitar berupa bantuan dan dukungan nyata dalam bidang pendidikan, keagamaan, sosial budaya dan ekonomi.
- 3) Menjalin kemitraan yang saling menguntungkan dengan masyarakat sekitar.

- 4) Menghargai dan menghormati keanekaragaman budaya lokal dan melestarikannya.
- 5) Melestarikan lingkungan, penghijauan, dan pelestarian alam.

8. Tahapan Implementasi *Corporate Social Responsibility* PT. Anglo Eastern Plantations

Dalam menerapkan implementasi CSR di PT. AEP terdapat tahapan-tahapan sebagai berikut :

- a. Pengidentifikasian Kebutuhan CSR
 - 1) Pengidentifikasian dilakukan dalam rangka memastikan kebutuhan yang nyata dalam masyarakat sehingga benar benar memberikan manfaat yang maksimal serta untuk mengukur kemampuan pendanaan dari perusahaan.
 - 2) Identifikasi kebutuhan perbaikan kondisi kehidupan di masyarakat merupakan sasaran dalam program CSR perusahaan yang mengarah pada bidang kesehatan, pendidikan, keagamaan, ekonomi dan sosial budaya.
 - 3) Identifikasi kebutuhan perbaikan dan perawatan kondisi alam di dalam maupun di luar perusahaan mencakup hutan, sungai, tanah, dll.
- b. Menginventarisir sumber daya dan penentuan Program CSR
 - 1) Perusahaan akan menetapkan program CSR sesuai dengan sumber daya yang ada, baik dalam hal sumber pendanaan (berasal dari masyarakat, perusahaan, pemerintah, dan pihak lain), keahlian/ keterampilan masyarakat dalam melaksanakan program, besaran program dan kebutuhan dana, serta keterlibatan masyarakat dalam pelaksanaan program.
 - 2) Dengan memperhitungkan sumber daya yang ada dan memprioritaskan program perbaikan yang diharapkan maka

dirumuskanlah rencana program CSR dalam jangka waktu satu tahun yang dibuat dan disetujui oleh manajemen perusahaan.

c. Pelaksanaan Program CSR

- 1) Program CSR dilaksanakan perusahaan sesuai jadwal dan kebutuhan sasaran yang telah ditetapkan sebelumnya.
- 2) Dalam pelaksanaan CSR, perusahaan telah menentukan tim pelaksana di lapangan untuk melakukan tugas dan kewajibannya serta bertanggung jawab kepada manajemen perusahaan dalam hal pelaporannya.
- 3) Tim pelaksana dalam hal ini melakukan koordinasi, konsultasi, dan komunikasi dengan pejabat pemerintah, Lembaga swadaya masyarakat, serta media untuk menghindari duplikasi program CSR dengan program pembangunan pemerintah. Program kesehatan berkoordinasi dengan dinas kesehatan, program pendidikan berkoordinasi dengan dinas pendidikan dan kebudayaan, program pengembangan ekonomi berkoordinasi dengan dinas UMKM/ industri dan perdagangan, program kesiagaan bencana berkoordinasi dengan BNPB dan demikian seterusnya.

d. *Monitoring*, evaluasi dan *Feed Back*

- 1) Kegiatan program CSR yang dilakukan perusahaan baik yang dilaksanakan sendiri oleh tim pelaksana dari perusahaan maupun bekerja sama dengan pihak lain tetap di monitor pelaksanaannya sehingga sesuai dengan target dan tujuan yang ditetapkan perusahaan.
- 2) Perusahaan melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan program kegiatan CSR di lapangan melalui laporan CSR, sehingga permasalahan yang muncul di lapangan dapat di selesaikan dengan baik dan berjalan sebagaimana mestinya.
- 3) *Feed back* dari masyarakat dan para pihak berkepentingan lainnya dilakukan dengan cara melakukan survey kepuasan,

melalui survey ini dilakukan pembenahan/ perbaikan sekaligus penyempurnaan implementasi CSR yang dilakukan perusahaan.

9. Bentuk-Bentuk Implementasi *Corporate Social Responsibility* PT. Anglo Eastern Plantations

Bentuk-bentuk implementasi CSR PT. AEP dibagi dalam empat bagian, yaitu :

- a. *Community Development* , yaitu suatu bentuk kepedulian yang berkaitan dengan pelayanan masyarakat (pemberdayaan masyarakat). Adapun kegiatannya adalah :
 - 1) Pendidikan dan pelatihan : pembangunan sekolah (PAUD/ TK/ SD/ SMP/ SMA), Pembayaran honor guru, pemberian beasiswa, pengadaan sarana dan pra sarana belajar, bus sekolah, penyuluhan/ seminar, dll.
 - 2) Pembangunan dan perbaikan rumah ibadah : perbaikan dan pembangunan masjid, gereja dan vihara.
 - 3) Kegiatan sosial dan hari besar keagamaan : bantuan korban bencana alam, bantuan ke panti asuhan, pelaksanaan kegiatan hari besar keagamaan dan kenegaraan, dll.
 - 4) Peningkatan kesehatan : pengobatan dan pemeriksaan kesehatan gratis, *foging* demam berdarah, sunatan massal, pembuatan MCK warga, pembuatan sumur bor (air bersih), penyiraman abu jalan (polusi), *ambulance*, pembinaan kegiatan olahraga sepak bola, bola voli, dll.
 - 5) Pengembangan sarana dan prasarana umum : perbaikan jalan, jembatan, perbaikan balai desa, dll.

- b. *Conservation Program* (CP), yaitu suatu kegiatan yang bersifat membenahan lingkungan dan pelestarian alam, adapun kegiatannya adalah :
- 1) Penghijauan dan pembersihan aliran sungai : penanaman pohon di perumahan masyarakat dan karyawan, kegiatan reboisasi areal konservasi.
 - 2) Perlindungan satwa : perlindungan harimau, gajah dan orang utan.
 - 3) Pelestarian wisata alam : pelestarian wisata air terjun, sungai dan peninggalan bersejarah lainnya.
- c. *Community Empowering* (CE), yaitu suatu kegiatan yang bersifat skill/ pemberian keahlian (peningkatan potensi diri) dengan harapan keahlian tersebut dapat menjadi dasar kemandirian. Adapun kegiatannya adalah :
- 1) Pelatihan keahlian/ skill : *training* operator alat berat, pelatihan budidaya tanaman karet dan kelapa sawit, dll.
 - 2) Pengembangan wirausaha : pengembangan dan pembinaan koperasi.
 - 3) Pengembangan potensi diri : kegiatan magang siswa di unit perusahaan.
- d. Kemitraan usaha, yaitu suatu bentuk kegiatan yang bertujuan meningkatkan perekonomian masyarakat. Adapun kegiatannya adalah :
- 1) Pembangunan kebun masyarakat : pembangunan kebun plasma.
 - 2) Pengembangan kebun plasma mandiri : pemberian bantuan bibit dan tenaga penyuluh.
 - 3) Pembangunan kebun kas desa : pembangunan kebun desa untuk kepentingan masyarakat desa.

PT. Anglo Eastern Plantations dalam menjalankan kegiatan *corporate social responsibility* memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal yakni : *profit* (keuntungan), *people* (masyarakat), *planet* (lingkungan). Perusahaan harus memiliki tingkat profitabilitas yang memadai sebab laba merupakan fondasi utama bagi perusahaan untuk dapat berkembang dan mempertahankan eksistensinya. Dengan perolehan laba yang memadai perusahaan dapat memberi imbalan yang layak kepada karyawan, mengalokasikan sebagian laba yang diperoleh untuk pertumbuhan dan pengembangan usaha di masa depan, membayar pajak kepada pemerintah, dan memberikan *multiplier effect* yang diharapkan kepada masyarakat.

Dengan memperhatikan masyarakat, perusahaan dapat berkontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat. Perhatian terhadap masyarakat inilah yang diwujudkan PT. Anglo Eastern Plantations melalui kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* yang diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan, kualitas hidup, serta kompetensi masyarakat dalam berbagai bidang. Dengan memperhatikan lingkungan, perusahaan dapat ikut berpartisipasi dalam menjaga kelestarian lingkungan demi terpeliharanya kualitas hidup umat manusia dalam jangka panjang. Keterlibatan perusahaan dalam pemeliharaan dan pelestarian lingkungan berarti perusahaan berpartisipasi dalam usaha mencegah terjadinya bencana yang disebabkan oleh kerusakan lingkungan. Dengan melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar laba jangka pendek, tetapi juga ikut berkontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan (terutama lingkungan sekitar) dalam jangka panjang.

Dalam implementasi *Corporate social responsibility* di PT. AEP pendidikan menjadi salah satu bidang yang paling di fokuskan oleh perusahaan, karena pendidikan merupakan kunci pembangunan berkelanjutan dan pertumbuhan suatu Negara. kemajuan pendidikan tidak dapat berjalan sendiri, oleh karena itu diperlukan kerja sama antara perusahaan dan pemerintah yang dikemas melalui program CSR.

10. Laporan Anggaran Kegiatan CSR PT. Anglo Eastern Plantations tahun 2014-2016

Besarnya kontribusi PT. AEP dalam implementasi CSR dapat dilihat dari laporan anggaran biaya CSR yang dikeluarkan oleh PT. Anglo Eastern Plantations , yakni sebagai berikut :

Tabel 4. 1

Laporan Anggaran CSR PT. Anglo Eastern Plantations tahun 2014-2016

(dalam ribuan rupiah)

No.	Bentuk Kegiatan	2014	2015	2016
1.	Program Pendidikan	8.665.800	7.558.457	7.359.150
2.	Program Pelayanan Kesehatan	11.615.673	10.047.042	10.926.276
3.	Program Pembangunan sarana dan Prasarana	2.655.183	5.478.655	6.832.416
4.	Program Sosial, Budaya dan Keagamaan	9.015.696	8.232.516	6.244.815
5.	Pemberdayaan Tenaga Kerja	5.131.053	2.739.930	1.656.895
Total		37.083.405	34.056.599	33.019.552

Sumber : PT. Anglo Eastern Plantations, 2018

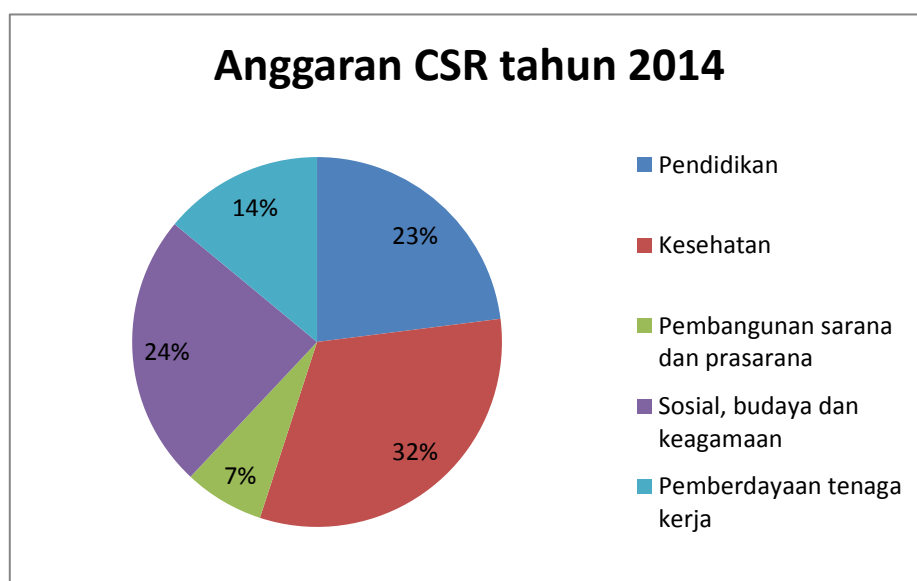
Dari tabel di atas dapat diketahui realisasi anggaran dana program CSR PT. AEP tiga tahun terakhir yaitu pada tahun 2014, 2015 dan 2016 yang mengalami penurunan anggaran pada program pendidikan dimana pada tahun 2014 sebesar Rp.8.665.800 menjadi Rp.7.558.457 pada tahun 2015 yang artinya turun sejumlah Rp.1.107.343 atau turun sekitar 13 %, kemudian turun lagi di tahun 2016 sebesar Rp.199.307 menjadi Rp.7.359.150 atau turun sekitar 3 %. Selanjutnya untuk program Pelayanan Kesehatan pada tahun 2014 sebesar Rp.11.615.673 turun sebesar Rp.1.658.631 atau sekitar 13 % menjadi Rp.10.047.042 pada tahun 2015, kemudian di tahun 2016 mengalami kenaikan sebesar Rp.879.234 atau naik sekitar 9 % menjadi Rp.10.926.276. Selanjutnya untuk program pembangunan sarana dan prasarana mengalami peningkatan di tahun 2015 dan 2016. di tahun 2014 sebesar Rp.2.655.183 naik sebesar Rp.2.823.472 atau sekitar 107 % sementara di tahun 2016 mengalami kenaikan kembali sebesar Rp.1.353.761 atau sekitar 25 %. Selanjutnya untuk Program Sosial budaya dan keagamaan mengalami penurunan di tahun 2015 dan 2016. di tahun 2015 turun sebesar Rp.783.180 atau sekitar 9 %, sementara di tahun 2016 kembali mengalami penurunan sebesar Rp.1.987.700 atau sekitar 24 %. Selanjutnya untuk Program pemberdayaan tenaga kerja mengalami penurunan di tahun 2015 dan 2016. di tahun 2015 mengalami penurunan signifikan sebesar Rp.2.391.123 atau sekitar 47 %, di tahun 2016 juga mengalami penurunan sebesar Rp.1.083.035 atau sekitar 39 %. Untuk totalnya sendiri untuk semua bidang pelaksanaan CSR mengalami penurunan dari tahun 2014 hingga 2016 untuk tahun 2015 mengalami penurunan sebesar Rp.3.026.806 atau sekitar 8 %, sementara untuk tahun 2016 mengalami penurunan kembali sebesar Rp.1.037.047 atau sekitar 3 %.

Penurunan maupun kenaikan yang terjadi disebabkan nilai laba bersih perusahaan yang naik turun, serta adanya evaluasi setelah pelaksanaan CSR seperti sasaran objek CSR yang bertambah atau dikurangi oleh pihak manajemen.

Jika dibandingkan dengan nilai laba bersih setiap tahunnya persentase CSR PT. AEP hanya sekitar 1% dari jumlah laba bersih perusahaan. untuk

persentase laba bersih ideal dalam implementasi CSR belum memiliki standar atau acuan yang tetap, namun biasanya persentase kebanyakan perusahaan non BUMN adalah sekitar 1 sampai 2 % tergantung pada kesepakatan manajemen perusahaan itu sendiri.

11. Persentase Anggaran CSR tahun 2014-2016

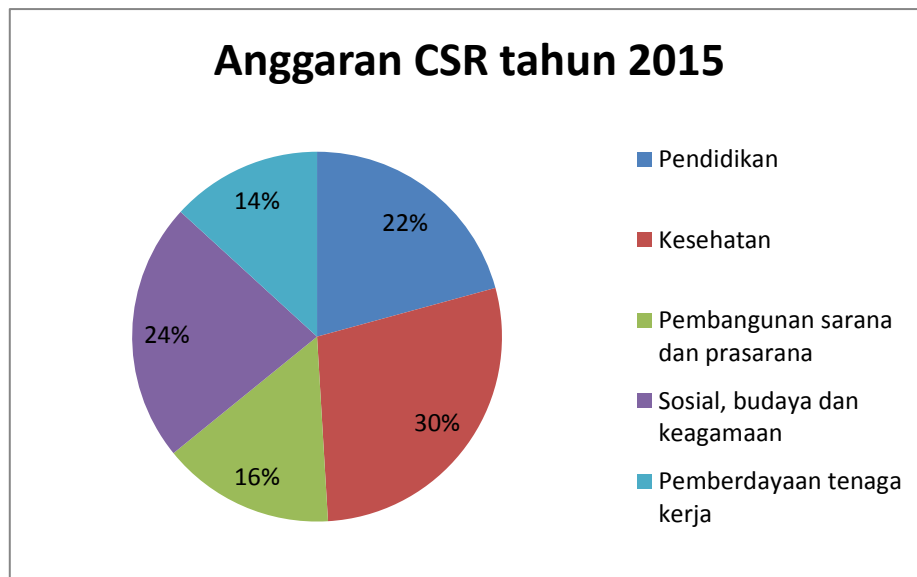


Gambar 4.2 Anggaran CSR tahun 2014

Dari diagram di atas dapat diketahui anggaran CSR PT. AEP tahun 2014 paling banyak dialokasikan untuk bidang kesehatan yakni sebesar 32 % dari total keseluruhan anggaran, selanjutnya bidang sosial, budaya dan keagamaan sebesar 24 %, bidang pendidikan sebesar 23 %, bidang pemberdayaan tenaga kerja sebesar 14 %, dan bidang pembangunan sarana dan prasarana sebesar 7 % dengan total anggaran sebesar Rp.37.083.405.000. anggaran CSR untuk bidang kesehatan di tahun 2014 seperti tertera diatas memiliki alokasi dana terbesar dalam keseluruhan anggaran.

“anggaran CSR untuk bidang kesehatan di tahun 2014 ... memiliki alokasi dana terbesar dikarenakan banyaknya keluhan dari masyarakat akan pelayanan

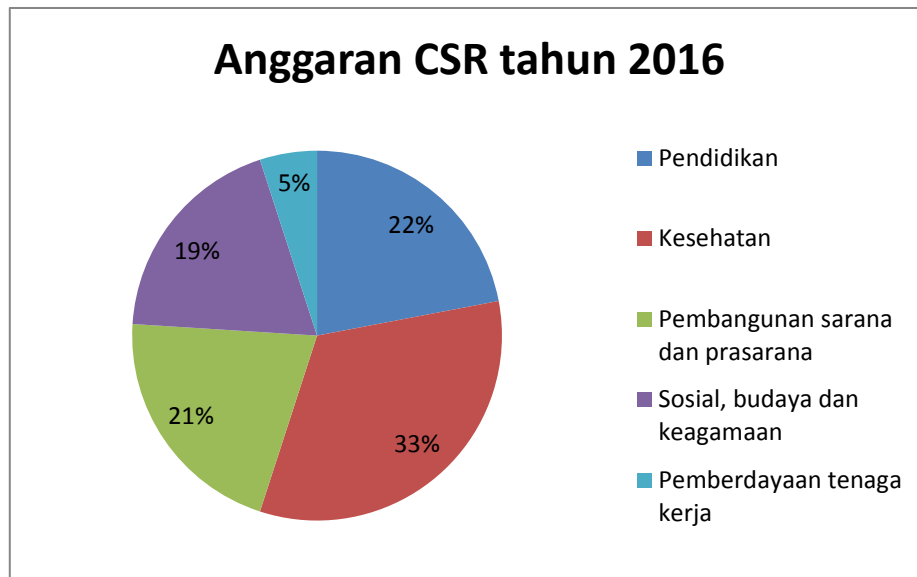
kesehatan yang kurang memadai, sehingga PT. AEP tergerak untuk lebih banyak mengalokasikan dana di bidang kesehatan dengan bekerja sama dengan dinas kesehatan dan rumah sakit setempat.”⁴⁶



Gambar 4.3 Anggaran CSR tahun 2015

Dari diagram di atas dapat diketahui anggaran CSR PT. AEP tahun 2015 paling banyak dialokasikan untuk bidang kesehatan yakni sebesar 30 % dari total keseluruhan anggaran, selanjutnya bidang sosial, budaya dan keagamaan sebesar 24 %, bidang pendidikan sebesar 22 %, bidang pembangunan sarana dan prasarana sebesar 16 %, dan bidang pemberdayaan tenaga kerja sebesar 14 %, dengan total anggaran sebesar Rp.34.056.599,-

⁴⁶ Hendriyanto, staff divisi CSR PT. AEP, wawancara di PT. AEP, tanggal 27 April 2018



Gambar 4.4 Anggaran CSR tahun 2016

Dari diagram di atas dapat diketahui anggaran CSR PT. AEP tahun 2015 paling banyak dialokasikan untuk bidang kesehatan yakni sebesar 33 % dari total keseluruhan anggaran, bidang pendidikan sebesar 22 %, bidang pembangunan sarana dan prasarana sebesar 21 %, selanjutnya bidang sosial, budaya dan keagamaan sebesar 19 % dan bidang pemberdayaan tenaga kerja sebesar 5 %, dengan total anggaran sebesar Rp.33.019.552,-



Gambar 4.5 Anggaran CSR Bidang Pendidikan dan Non Pendidikan

Secara umum anggaran CSR PT. Anglo Eastern Plantations lebih banyak dilakukan dalam bidang non pendidikan yaitu sebesar 78 % dari total anggaran, sedangkan dalam bidang pendidikan sebesar 22 % dari total anggaran CSR PT. Anglo Eastern Plantations untuk tahun 2014-2016. Hal ini membuktikan bahwa PT. AEP lebih banyak mengalokasikan anggaran CSR-nya di bidang non pendidikan yang terdiri dari bidang kesehatan, pembangunan sarana dan prasarana, bidang sosial, budaya dan kemasyarakatan, serta program pemberdayaan tenaga kerja.

Jadi, berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan oleh penulis, Jumlah kegiatan CSR PT. Anglo Eastern Plantations dari tahun 2014 sampai tahun 2016 baik anggaran maupun kegiatannya lebih banyak dilakukan dalam bidang non pendidikan dibandingkan bidang pendidikan. Berdasarkan laporan anggaran kegiatan CSR, dalam tahun 2014 sampai 2016 bidang non Pendidikan mengeluarkan anggaran Biaya sebesar Rp. 80.576.149,-

Dampak CSR dalam pemberdayaan masyarakat memang tidak bisa dirasakan secara instan, namun mayoritas dari masyarakat yang menerima bantuan merasakan dampak yang positif, seperti dalam bidang pendidikan dan kesehatan. Sementara untuk perusahaan sendiri, apabila dalam laporan tahunannya mencantumkan kegiatan CSR beserta dana nya, dari situ dapat dilihat sejauh mana kontribusinya dalam melakukan tanggung jawab sosialnya, jika program nya efektif dan dikontribusikan dengan jumlah anggaran yang memadai, maka citra perusahaan pun akan meningkat.⁴⁷

⁴⁷ Hendriyanto, staff divisi CSR PT. AEP, wawancara di PT. AEP, tanggal 8 Maret 2018

B. Pembahasan hasil penelitian

1. Pelaporan *Corporate social responsibility* PT.AEP

Dalam melaporkan implementasi CSR terdapat berbagai variasi yang di dasarkan kepada kelaziman dan untuk kepentingan tertentu. Penyebab lain yang mengakibatkan ketidakseragaman cara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan tersebut, karena belum adanya aturan yang jelas mengenai cara penyajiannya maupun komponen-komponen yang termasuk biaya sosial tersebut.

Media penyampaian laporan implementasi CSR tersebut bisa berupa pemberitahuan di portal perusahaan, bisa disatukan dengan laporan kinerja tahunan perusahaan, bisa juga disampaikan di forum-forum formal seperti seminar, diskusi, dan konfrensi. Dengan kata lain pelaporan CSR berperan besar bagi perusahaan untuk mempublikasikan implementasi CSR mereka secara taktis, komprehensif dan berkelanjutan⁴⁸.

Pengungkapan tanggung jawab sosial dapat dilihat dari berbagai sudut pandang. Dalam hal ini peneliti melihat dari tema yang diungkapkan, tingkat pengungkapan, lokasi atau tempat pengungkapan tersebut dilakukan dalam laporan tahunan maupun dipandang dari tipe pengungkapan.

1. Tingkat pengungkapan

Semakin banyak tema dan item yang diungkapkan oleh suatu perusahaan maka dikatakan bahwa tingkat pengungkapan tanggung jawab sosialnya semakin luas. Dengan kata lain, tingkat/luas pengungkapan berarti banyaknya jumlah item-item yang diungkapkan oleh suatu perusahaan dibandingkan dengan jumlah keseluruhan item yang selayaknya diungkapkan.

⁴⁸ Dwi Kartini, *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*, h. 56

2. Tema pengungkapan

Tema tema yang termasuk dalam tanggung jawab sosial adalah: kemasyarakatan, ketenagakerjaan, produk dan konsumen, dan lingkungan hidup

3. Tipe pengungkapan

Pengungkapan tanggung jawab sosial bisa dilakukan dengan cara kualitatif naratif, kuantitatif non-moneter, dan kuantitatif moneter. Bentuk narasi atau pernyataan tanpa dilengkapi angka-angka pendukung disebut dengan pengungkapan tipe kualitatif naratif. Tipe pengungkapan kuantitatif non-moneter dinyatakan dalam bentuk angka-angka namun tidak dalam satuan uang/moneter, dan tipe kuantitatif moneter dinyatakan dalam bentuk angka-angka dan dalam satuan uang/moneter.

4. Lokasi pengungkapan

Lokasi pengungkapan berarti merujuk pada tempat dimana pengungkapan tersebut dilakukan. Ada beberapa bagian atau lokasi pengungkapan dalam laporan tahunan yaitu : *overview*, surat dari dewan komisaris, surat dari dewan direksi, catatan atas laporan keuangan, dan lain sebagainya. Akibat semakin banyak perusahaan mulai memperhatikan masalah tanggung jawab sosial ini dan sekaligus menyebabkan timbulnya aktivitas sosial, pengungkapan berkaitan tanggung jawab sosial itu sendiri mulai menempati tempat khusus dalam laporan keuangan, artinya beberapa perusahaan telah menyediakan halaman khusus sebagai tempat mengungkapkan aktivitas perusahaan berkaitan dengan permasalahan sosial, masyarakat dan lingkungan.

Dari 4 (empat) indikator di atas, peneliti mencoba membandingkan bentuk pelaporan *Corporate social responsibility* PT. Anglo Eastern Plantations dengan indikator yang telah dibuat sebelumnya. Laporan CSR PT. Anglo Eastern Plantations disajikan peneliti dalam Lampiran 2.

1. Tingkat pengungkapan

Berkaitan dengan tingkat pengungkapan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT. AEP menggunakan 5 tema yang diungkapkan dalam laporan anggaran CSR nya. Masing masing tema itu adalah : pendidikan, kesehatan, pembangunan sarana dan pra sarana, sosial, budaya dan keagamaan, serta pemberdayaan tenaga kerja. Sementara yang terdapat dalam laporan tahunan hanya sebagian dari kegiatan-kegiatan CSR perusahaan, dan dana yang dikeluarkan. tanpa mencantumkan keseluruhan dana yang dikeluarkan dari masing-masing tema yang mereka ungkapkan dalam laporan anggaran CSR perusahaan. hal ini menyebabkan tidak lengkapnya informasi dalam laporan tahunan berkaitan dengan 5 tema utama di atas beserta dana yang dikeluarkan perusahaan secara keseluruhan setiap tahunnya. Sementara *annual report* sendiri menjadi satu-satunya forum pelaporan implementasi CSR perusahaan yang dibagikan ke publik. Hal ini tentunya menyebabkan tidak lengkapnya informasi terkait dengan implementasi CSR dalam perusahaan yang di dapatkan oleh publik, yang harusnya bisa menjadi wadah peningkat citra perusahaan di mata publik.

2. Tema pengungkapan

Berkaitan dengan tema pengungkapan, PT. AEP membaginya dalam 5 tema yaitu : pendidikan, kesehatan, pembangunan sarana dan pra sarana, sosial, budaya dan keagamaan, serta pemberdayaan tenaga kerja. Dari 5 tema ini PT. AEP sudah melaksanakan 4 tema utama yang masuk dalam pengungkapan

tanggung jawab sosial yakni berkaitan dengan kemasyarakatan, ketenagakerjaan, produk dan konsumen, serta lingkungan hidup.

3. Tipe pengungkapan

Berkaitan dengan tipe pengungkapan, terlihat dalam laporan tahunan PT. AEP berkaitan dengan CSR dilakukan dengan pengungkapan secara kualitatif naratif yang juga digabungkan dengan angka-angka dalam satuan moneter. Namun terlihat dalam laporan ini bahwa pengungkapannya tidak dilakukan secara detail atau kurang mudah dipahami khususnya dalam mengungkapkan jumlah anggaran. Semestinya perusahaan mungkin bisa menggunakan instrumen tabel dalam menjelaskan angka-angka atau jumlah anggaran sehingga dapat lebih mudah dipahami ketimbang menggunakan penjelasan naratif berkaitan dengan jumlah anggaran.

4. Lokasi pengungkapan

Berkaitan dengan lokasi pengungkapan, perusahaan masih menggabungkan laporan CSR dengan laporan tahunan perusahaan, dimana pembahasan mengenai implementasi CSR hanya terletak di bagian *strategic report* saja. Sebenarnya hal ini tidak menjadi masalah, namun akan lebih baik jika perusahaan mencontoh beberapa perusahaan lain yang bahkan menunjukkan kepeduliannya terkait dengan *corporate social responsibility* dengan membuat laporan terpisah atau khusus mengenai implementasi *corporate social responsibility*. Hal ini juga tentunya akan membuat laporan mengenai CSR menjadi lebih lengkap dan lebih mudah dipahami.

Berdasarkan 4 (empat) indikator di atas peneliti menyimpulkan bahwa dari segi pelaporan terlihat bahwa laporan CSR yang disusun PT.AEP setiap tahunnya masih tergabung dalam *annual report* atau laporan tahunan yakni terletak di bagian *strategic report*. Laporan tersebut berbentuk kualitatif naratif yang

menjelaskan mengenai kegiatan implementasi *corporate social responsibility*, serta dana yang dikeluarkan. terdapat kekurangan yang peneliti dapatkan berkaitan dengan laporan CSR perusahaan yakni karena masih tergabungnya laporan CSR PT. AEP dengan laporan tahunan perusahaan sehingga laporan CSR tidak terlalu mendetail serta tidak adanya anggaran yang jelas dari setiap Bidang CSR, hanya dana dari setiap kegiatan saja yang ditampilkan dalam laporan CSR PT. AEP yang berada di laporan tahunan perusahaan, sehingga menimbulkan kesan bahwa laporan CSR ini tidak menjadi hal yang amat penting untuk dilaporkan ke publik atau pemangku kepentingan yang terkait. Seharusnya meskipun belum ada standar baku yang membahas mengenai penyusunan laporan CSR akan lebih baik jika laporan kegiatan CSR haruslah disusun dengan rinci dan sistematis, sehingga para pembaca laporan keuangan ini juga dapat mengetahui secara pasti berapa anggaran yang dikeluarkan oleh PT. AEP dalam setiap bidang kegiatan CSR perusahaan.

Selanjutnya peneliti mencoba menggambarkan laporan *Corporate social responsibility* perusahaan sejenis lain yang lebih lengkap dalam segi jenis kegiatan serta terdapat jumlah total anggaran dalam setiap program dan lebih mudah untuk dipahami. Yakni sebagai berikut :

LAPORAN CSR TAHUN 2009

Latar Belakang : komitmen bakrieland untuk memadukan kepentingan ekonomi (profit), kepedulian sosial (people) dan partisipasi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (planet) dalam operasi bisnis diwujudkan dalam bentuk pengembangan program CSR terintegrasi. Melalui program CSR diharapkan tujuan pengembangan pemangku kepentingan dan lingkungan yang lestari akan tercapai.

Visi dan misi : visi dan misi CSR bakrieland adalah mendukung terciptanya properti yang peduli terhadap kualitas, lingkungan, sosial dan ekonomi yang berkelanjutan.

Program Kerja :

1. Program sosial : yaitu kegiatan yang berdampak pada peningkatan kualitas kehidupan sosial, budaya, agama dan kesejahteraan sosial.

Program sosial yang dilakukan yaitu :

- a. Pendidikan
- b. Olahraga
- c. Keagamaan
- d. Kesehatan
- e. Penyediaan sarana perumahan

2. Program budaya : yaitu kegiatan pengembangan budaya dengan menciptakan budaya peduli melalui penyelenggaraan program program pelatihan eksternal bagi anggota masyarakat.

Program budaya yang dilakukan yaitu :

- a. Pelestarian seni budaya
- b. Penyelenggaraan kegiatan eco-tourism

3. Program Ekonomi : yaitu kegiatan yang berdampak pada peningkatan peluang kerja dan peluang usaha, peningkatan pendapatan, dan penurunan kemiskinan di masyarakat.

Program ekonomi yang dilakukan yaitu :

- a. Pengelolaan dan penampungan pedagang kaki lima
- b. Pemberdayaan masyarakat sekitar
- c. Bimbingan manajemen kelembagaan ekonomi
- d. Pemberdayaan ekonomi masyarakat.

Realisasi Pelaksanaan CSR				
Jenis Kegiatan	2009		2010	
	Nilai (Rp)	%	Nilai (Rp)	%
Pembangunan sosial masyarakat	1,294,926,390	26,17 %	1,732,652,000	63,68 %
Kegiatan Olahraga	2,120,568,407	42,86 %	248,000,000	9,11 %
Pendidikan	349,408,650	7,06 %	345,500,000	12,70 %
Program kesehatan	113,205,000	2,29 %	39,775,000	1,46 %
Bencana Alam	572,367,670	11,57 %	5,000,000	0,18 %
Lingkungan	497,060,985	10,05 %	350,000,000	12,86 %
Total	4,947,537,102	100 %	2,720,927,000	100 %

Sumber : PT. Bakrieland Development Tbk

Laporan CSR di atas sesuai dengan pengungkapan laporan CSR yang disusun oleh Nelly Masnila⁴⁹, yang mengutip dari beberapa penelitian terkait pengungkapan atau pelaporan CSR dimana di dalamnya tertera tingkat pengungkapan, tema pengungkapan, tipe pengungkapan, serta lokasi pengungkapan.

Bentuk laporan di atas memang bukanlah sebuah standar baku dalam penyusunan laporan CSR, namun peneliti berpendapat akan lebih baik jika laporan CSR yang disusun perusahaan dapat disusun secara lengkap, sistematis dan mudah dipahami. Misalnya terdapat bidang utama kegiatan CSR dan item-

⁴⁹ Nelly Masnila, "Corporate Social responsibility : sebuah pandangan dari sudut akuntansi" (Skripsi, Fakultas Ekonomi Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang, 2007), h.63.

item kegiatannya, serta total anggaran pada setiap bidang utama yang dikeluarkan perusahaan, seperti tertera di atas. format ini hanyalah sebagai saran dari peneliti agar dalam penyusunannya laporan CSR dapat disusun sedemikian rupa, sehingga bukan hanya menjadi laporan seadanya saja, namun juga memiliki informasi yang lengkap dalam pengambilan keputusan pihak terkait dalam pelaksanaan CSR ke depannya.

2. Penilaian komitmen dan keberhasilan CSR PT. AEP

Adapun dalam menilai komitmen dan keseriusan perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosialnya dapat dilihat berdasarkan⁵⁰ :

9. *Leadership* (Kepemimpinan)

- b. Program CSR dapat dikatakan berhasil jika mendapatkan dukungan dari *Top Management* perusahaan..

Untuk indikator ini berdasarkan hasil wawancara dengan kepala divisi serta staff CSR PT. AEP ditemukan hasil bahwa dalam implementasi CSR di PT. AEP senantiasa mendapatkan dukungan dari *Top Management* perusahaan, yang mana dukungan ini didapat didasarkan atas kesadaran bersama akan pentingnya dan wajibnya pelaksanaan CSR perusahaan setiap tahunnya. Peneliti juga melihat berdasarkan struktur organisasi perusahaan dimana pihak yang membidangi CSR yakni HR & Ext. Affair Controller dalam pelaksanaan CSR harus bertanggung jawab kepada Direktur keuangan, dan selanjutnya direktur keuangan bertanggung jawab langsung kepada CEO perusahaan. ini membuktikan adanya dukungan langsung dalam implementasi CSR oleh pihak *Top Management* PT. AEP.

⁵⁰ *Ibid.*, h. 56.

10. Proporsi bantuan

- a. CSR dirancang bukan semata-mata pada kisaran anggaran saja, melainkan juga pada tingkatan serapan maksimal, artinya apakah arealnya luas, maka anggarannya harus lebih besar. Jadi, tidak dapat dijadikan tolak ukur, apabila anggaran yang besar pasti menghasilkan program yang bagus.

Untuk indikator ini, peneliti melihat berdasarkan laporan anggaran dan juga hasil wawancara dengan pihak CSR terkait di perusahaan. berdasarkan laporan anggaran CSR periode tahun 2014 sampai dengan 2016 perusahaan senantiasa melaksanakan kegiatan CSR secara berkelanjutan khususnya dalam 5 bidang utama yakni Bidang Pendidikan, kesehatan, pembangunan sarana dan pra sarana, bidang sosial, budaya dan kemasyarakatan, serta pemberdayaan tenaga kerja. Untuk tahun 2014 anggaran yang dikeluarkan sejumlah Rp.37.083.405.000, sementara di tahun 2015 sebesar Rp. 34.056.599.000, dan di tahun 2016 sebesar Rp. 33.019.552.000. dana yang cukup besar ini dikeluarkan perusahaan berdasarkan skala prioritas yang disesuaikan dengan skala prioritas berdasarkan jarak wilayah terdekat dengan perusahaan dan di evaluasi setiap tahunnya oleh pihak manajemen perusahaan.

11. Transparansi dan akuntabilitas

- c. Terdapat laporan tahunan
- d. Mempunyai mekanisme audit sosial dan finansial dimana audit sosial terkait dengan pengujian sejauh mana program-program CSR telah dapat ditunjukan secara benar sesuai kebutuhan masyarakat, perusahaan mendapatkan umpan balik dari masyarakat secara benar dengan melakukan interview dengan para penerima manfaat.

Untuk indikator ini, peneliti menggunakan teknik observasi atau pengamatan serta wawancara langsung dengan staff CSR PT. AEP. Ditemukan data bahwa setiap tahunnya PT. AEP selalu melaporkan implementasi CSR nya dalam *annual report* atau laporan tahunan dimana terdapat penjelasan naratif mengenai kegiatan apa saja yang dilakukan perusahaan berkaitan dengan implementasi CSR serta anggaran yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk kegiatan tersebut. selanjutnya setiap tahun perusahaan melaksanakan evaluasi terhadap implementasi CSR salah satunya dengan melaksanakan mekanisme audit sosial terhadap implementasi CSR, audit ini sendiri dilaksanakan oleh Staff audit Internal PT. AEP yang nantinya akan menghasilkan saran untuk pihak manajemen PT. AEP terhadap pelaksanaan atau implementasi CSR untuk tahun mendatang, agar semakin baik dari tahun ke tahun.

12. Cakupan wilayah (*coverage area*)

- a. Terdapat identifikasi penerima manfaat secara tertib dan rasional berdasarkan skala prioritas yang telah ditentukan.

Berdasarkan hasil wawancara langsung dengan Staff CSR terkait, disebutkan bahwa terdapat identifikasi penerima manfaat CSR yang dilakukan PT. AEP berdasarkan skala prioritas, prioritas bantuan diberikan kepada jarak yang terdekat dengan perusahaan (Ring I = 10 km/wilayah desa, Ring II = 20 km/wilayah kecamatan dan Ring III = 30 km/wilayah Kabupaten, dst).

13. Perencanaan dan mekanisme monitoring dan evaluasi

- d. Dalam perencanaan perlu ada jaminan untuk melibatkan *multistakeholder* pada setiap siklus pelaksanaan proyek.

- e. Terdapat kesadaran untuk memperhatikan aspek-aspek lokalitas (*local wisdom*) pada saat perencanaan ada kontribusi, pemahaman dan penerimaan terhadap budaya lokal yang ada.
- f. Terdapat *blue print policy* yang menjadi dasar pelaksanaan program.

Untuk indikator selanjutnya didapatkan hasil bahwa dalam perencanaan kegiatan CSR perusahaan selalu melibatkan *multistakeholder* seperti masyarakat dan juga pemegang saham mengenai kegiatan apa saja yang dapat dilakukan perusahaan yang dapat berdampak baik bagi semua pihak terkait, karena dalam pelaksanaannya CSR juga perusahaan perlu memperhatikan aspek aspek lokalitas yang sudah pasti diketahui oleh masyarakat setempat, maka perusahaan selalu bertanya langsung dan terlibat diskusi terbuka mengenai pelaksanaan CSR bersama dengan masyarakat, dan pihak lain yang terkait. Untuk *blue print policy* sendiri disesuaikan dengan kebijakan manajemen pada saat pelaksanaan CSR.

14. keterlibatan *stakeholder* (*stakeholder engagement*)

- b. Terdapat mekanisme koordinasi regular dengan *stakeholder*, utamanya masyarakat.

Selanjutnya dalam melihat pelibatan *stakeholder* peneliti bertanya langsung kepada staff CSR terkait, dan mendapatkan hasil bahwa perusahaan selalu bekerja sama dalam implementasi CSR dengan masyarakat, karena menurut mereka pada dasarnya yang paling mengetahui kegiatan CSR apa yang paling dibutuhkan oleh masyarakat adalah masyarakat itu sendiri, PT. AEP selalu meminta saran kepada anggota masyarakat demi perbaikan kegiatan CSR dari tahun ke tahun,

serta secara otomatis dapat meningkatkan hubungan perusahaan dengan masyarakat yang menimbulkan citra positif perusahaan.

15. Keberlanjutan (*sustainability*)

- c. Terjadi alih peran dari korporat ke masyarakat.
- d. Tumbuhnya rasa memiliki program dan hasil program pada diri masyarakat, sehingga masyarakat dapat ikut andil dalam menjaga dan memelihara program dengan baik.

Untuk indikator selanjutnya, peneliti melihat berbagai program CSR yang dilaksanakan PT. AEP dilakukan tidak hanya untuk periode jangka pendek saja, tapi beberapa program dilaksanakan secara berkelanjutan. Contohnya adalah pengembangan dan pembinaan koperasi, pembuatan sumur air bersih dan pembangunan kebun masyarakat yang mana yang menjadi pengelola dan pemeliharanya yakni masyarakat itu sendiri, ini membuktikan adanya alih peran dari perusahaan ke masyarakat, sekaligus bukti turut andilnya masyarakat dalam menjaga dan memelihara program CSR yang dilaksanakan perusahaan. program ini dapat digunakan tidak untuk periode jangka pendek saja namun untuk jangka panjang. Ini sesuai dengan prinsip *sustainability* atau berkelanjutan.

16. Hasil nyata (*outcome*)

- d. Terdapat dokumentasi hasil yang menunjukkan berkurangnya angka kesakitan dan kematian (dalam bidang kesehatan) atau berkurangnya angka buta huruf dan meningkatnya kemampuan SDM (dalam bidang pendidikan) atau parameter lainnya sesuai bidang CSR yang dipilih oleh perusahaan.
- e. Terjadi perubahan pola pikir masyarakat.

f. Memberikan dampak ekonomi masyarakat yang dinamis.

Untuk indikator terakhir, peneliti melihat dalam *annual report* yang memuat mengenai *Corporate social responsibility* terdapat dokumentasi hasil dalam setiap bidang pelaksanaan CSR yang sekaligus menjadi bukti pelaksanaan CSR setiap tahunnya, dan dapat dilihat bahwa masyarakat merasa cukup terbantu dengan adanya pelaksanaan CSR meskipun masih butuh waktu panjang untuk melihat adanya perubahan pola pikir masyarakat, serta dampak ekonomi, diakibatkan implementasi CSR PT. AEP secara keseluruhan, banyak juga kekurangan-kekurangan dalam implementasi CSR yang masih harus diperbaiki perusahaan, seperti efektifitas dan efisiensi kegiatan CSR dalam segala bidang, serta pelaksanaan CSR yang tepat waktu dan tepat sasaran.

Berdasarkan indikator-indikator tersebut diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa implementasi CSR di PT. Anglo Eastern Plantations sudah dilaksanakan sesuai dengan UU No. 40 Pasal 74 tahun 2007. Yang mana dijelaskan bahwa perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan CSR. berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti disimpulkan bahwa PT. Anglo Eastern Plantations telah melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial (*Corporate social responsibility*) perusahaannya dengan didasarkan atas komitmen dan keseriusan, hal ini dapat dibuktikan dari indikator penelitian untuk menilai komitmen dan keberhasilan CSR yang mana hampir seluruh indikator menunjukkan bahwa PT. AEP tidak hanya menjalankan CSR sekedar formalitas atau seadanya saja, tapi dilaksanakan dengan perencanaan dan implementasi yang jelas, seperti dapat dilihat dalam segi *leadership* atau kepemimpinan dimana menunjukkan bahwa dalam implementasinya PT. AEP selalu berkoordinasi langsung dan bertanggung jawab kepada *Top Management* baik mengenai anggaran maupun kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan, selanjutnya untuk indikator kedua yakni

proporsi bantuan PT. AEP membagi proporsi bantuannya pada 5 program utama yaitu : pendidikan, kesehatan, pembangunan sarana dan pra sarana, sosial, budaya dan ekonomi, serta pemberdayaan tenaga kerja. Yang mana nantinya dalam setiap program akan dianggarkan proporsi bantuan sesuai dengan kesepakatan manajemen, seperti dari periode tahun 2014-2016 terlihat bahwa program kesehatan menjadi program dengan proporsi bantuan terbesar yakni sekitar 30% setiap tahunnya, hal ini dikarenakan PT.AEP paling banyak menerima keluhan masyarakat mengenai lemahnya pelayanan kesehatan di wilayah setempat, sehingga mendorong PT. AEP untuk dapat berkontribusi lebih dalam program kesehatan dan bekerja sama dengan pihak terkait. Selanjutnya adalah indikator berdasarkan transparansi dan akuntabilitas. Setiap tahunnya PT. AEP selalu mengeluarkan laporan tahunan yang di dalamnya terdapat pembahasan mengenai kegiatan *corporate social responsibility*, yang mana terdapat kegiatan-kegiatan beserta dokumentasi pelaksanaan program serta dana yang dikeluarkan PT. AEP untuk pelaksanaan kegiatan. Selanjutnya di akhir periode juga dilaksanakan audit sosial oleh perusahaan yang nantinya akan menghasilkan saran atau masukan kepada manajemen untuk pelaksanaan CSR di tahun mendatang. Selanjutnya untuk indikator cakupan wilayah (*coverage area*) PT. AEP menggunakan identifikasi penerima manfaat CSR yang dilakukan berdasarkan skala prioritas, prioritas bantuan diberikan kepada jarak yang terdekat dengan perusahaan (Ring I = 10 km/wilayah desa, Ring II = 20 km/wilayah kecamatan dan Ring III = 30 km/wilayah Kabupaten, dst). Selanjutnya adalah indikator perencanaan, mekanisme *monitoring*, dan evaluasi. Dalam perencanaan kegiatan CSR perusahaan selalu melibatkan *multistakeholder* seperti masyarakat dan juga pemegang saham mengenai kegiatan apa saja yang dapat dilakukan perusahaan yang dapat berdampak baik bagi semua pihak terkait, karena dalam pelaksanaannya CSR juga perusahaan perlu memperhatikan aspek aspek lokalitas yang sudah pasti diketahui oleh masyarakat setempat, maka perusahaan selalu bertanya langsung dan terlibat diskusi terbuka mengenai pelaksanaan CSR bersama dengan masyarakat, dan pihak lain yang terkait. Untuk *blue print policy* sendiri disesuaikan dengan kebijakan manajemen pada saat pelaksanaan CSR. untuk indikator ini sebenarnya

juga dapat dilihat dari tahapan pelaksanaan CSR yang mana tahapan nya dimulai dari pengidentifikasian kebutuhan CSR, menginventarisir sumber daya dan penentuan program CSR, pelaksanaan program CSR, serta *monitoring*, evaluasi dan *feed back*. Untuk indikator selanjutnya yaitu keterlibatan *stakeholder* peneliti mendapatkan hasil bahwa perusahaan selalu bekerja sama dalam implementasi CSR dengan masyarakat, karena menurut mereka pada dasarnya yang paling mengetahui kegiatan CSR apa yang paling dibutuhkan oleh masyarakat adalah masyarakat itu sendiri, PT. AEP selalu meminta saran kepada anggota masyarakat demi perbaikan kegiatan CSR dari tahun ke tahun, serta secara otomatis dapat meningkatkan hubungan perusahaan dengan masyarakat yang menimbulkan citra positif perusahaan. selanjutnya indikator ke tujuh yaitu keberlanjutan (*sustainability*) Untuk indikator selanjutnya, peneliti melihat berbagai program CSR yang dilaksanakan PT. AEP dilakukan tidak hanya untuk periode jangka pendek saja, tapi beberapa program dilaksanakan secara berkelanjutan. Contohnya adalah pengembangan dan pembinaan koperasi, pembuatan sumur air bersih dan pembangunan kebun masyarakat yang mana yang menjadi pengelola dan pemeliharanya yakni masyarakat itu sendiri, ini membuktikan adanya alih peran dari perusahaan ke masyarakat, sekaligus bukti turut andilnya masyarakat dalam menjaga dan memelihara program CSR yang dilaksanakan perusahaan. program ini dapat digunakan tidak untuk periode jangka pendek saja namun untuk jangka panjang. Ini sesuai dengan prinsip *sustainability* atau berkelanjutan. Selanjutnya untuk indikator terakhir berkaitan dengan keseriusan dan keberhasilan program CSR yakni hasil nyata (*outcome*) Untuk indikator terakhir, peneliti melihat dalam *annual report* yang memuat mengenai *Corporate social responsibility* terdapat dokumentasi hasil dalam setiap bidang pelaksanaan CSR yang sekaligus menjadi bukti pelaksanaan CSR setiap tahunnya, dan dapat dilihat bahwa masyarakat merasa cukup terbantu dengan adanya pelaksanaan CSR meskipun masih butuh waktu panjang serta penelitian lebih mendalam ke masyarakat untuk melihat adanya perubahan pola pikir masyarakat, serta dampak ekonomi yang diakibatkan implementasi CSR PT. AEP secara keseluruhan, banyak juga kekurangan-kekurangan dalam implementasi CSR yang

masih harus diperbaiki perusahaan, seperti efektifitas dan efisiensi kegiatan CSR dalam segala bidang, serta pelaksanaan CSR yang tepat waktu dan tepat sasaran. Perbaikan atas kekurangan kekurangan tersebut dapat diperbaiki dengan pemilihan oknum pelaksana yang memiliki kemampuan dan komitmen atas pelaksanaan CSR serta meningkatkan mekanisme *monitoring* dalam segala kegiatan sehingga kegiatan CSR dapat diimplementasi kan dengan lebih baik ke depannya.

BAB V

PENUTUP

H. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap PT. Anglo Eastern Plantations mengenai implementasi *Corporate social responsibility* pada perusahaan untuk periode tahun 2014 sampai dengan 2016, maka dapat disimpulkan bahwa PT. Anglo Eastern Plantations sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang perkebunan kelapa sawit dan karet telah melaksanakan program CSR setiap tahunnya, yang mana program program tersebut antara lain dalam bidang : pendidikan, kesehatan, pembangunan sarana dan pra sarana, sosial, budaya dan agama, serta pemberdayaan tenaga kerja. Hasil analisis indikator keseriusan dan keberhasilan CSR menunjukkan bahwa PT. AEP telah melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial (*Corporate social responsibility*) perusahaannya dengan didasarkan atas komitmen dan keseriusan, hal ini dapat dibuktikan dari indikator penelitian untuk menilai komitmen dan keberhasilan CSR yang mana hampir seluruh indikator menunjukkan bahwa PT. AEP tidak hanya menjalankan CSR sekedar formalitas atau seadanya saja, tapi dilaksanakan dengan perencanaan dan implementasi yang jelas, seperti dapat dilihat dalam segi *leadership* atau kepemimpinan, proporsi bantuan, cakupan wilayah, perencanaan, mekanisme monitoring, dan evaluasi, keterlibatan *stakeholder*, keberlanjutan (*sustainability*), dan hasil nyata (*outcome*). Hanya dari segi transparansi dan akuntabilitas yang masih kurang dalam laporan yang dimuat PT. AEP di dalam laporan tahunan mereka, karena laporannya yang masih bergabung dengan laporan tahunan perusahaan sehingga menyebabkan kurang lengkapnya hal-hal yang dapat dilaporkan perusahaan terkait implementasi CSR, seperti tidak adanya total anggaran dalam tiap-tiap bidang utama kegiatan CSR dan penjelasan rinci mengenai item-item dari setiap bidang

utama yang dilaksanakan dan jumlah dana nya. Kemudian, berdasarkan Hasil analisis indikator pelaporan CSR menunjukkan bahwa Berdasarkan 4 (empat) indikator yaitu: tingkat pengungkapan, tema pengungkapan, tipe pengungkapan, serta lokasi pengungkapan, peneliti menyimpulkan bahwa dari segi pelaporan terlihat bahwa laporan CSR yang disusun PT.AEP setiap tahunnya masih tergabung dalam *annual report* atau laporan tahunan yakni terletak di bagian *strategic report*. Laporan tersebut berbentuk kualitatif naratif yang menjelaskan mengenai kegiatan implementasi *corporate social responsibility*, serta dana yang dikeluarkan. terdapat kekurangan yang peneliti dapatkan berkaitan dengan laporan CSR perusahaan yakni karena masih tergabungnya laporan CSR PT. AEP dengan laporan tahunan perusahaan sehingga laporan CSR tidak terlalu mendetail serta tidak adanya anggaran yang jelas dari setiap bidang CSR, hanya dana dari setiap kegiatan saja yang ditampilkan dalam laporan CSR PT. AEP yang berada di laporan tahunan perusahaan.

I. Saran

Adapun saran-saran dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Perusahaan

- a. Hendaknya dalam implementasi CSR, PT. Anglo Eastern plantations dapat menerapkan pola lain, yaitu dengan membuat yayasan CSR sendiri yang diisi oleh staff yang memiliki kemampuan memadai serta komitmen terhadap pelaksanaan tugas, sehingga anggaran yang dikeluarkan dapat lebih dimaksimalkan.
- b. Dalam pelaksanaan kegiatan CSR, PT. AEP hendaknya melakukan koordinasi secara berkala dan berkesinambungan dengan anak-anak perusahaan agar pelaksanaan dapat berjalan dengan efektif, sesuai dengan perencanaan.
- c. Dalam pelaporan CSR, PT. AEP hendaknya dapat lebih *concern* dalam menyusun laporan yang berkaitan dengan implementasi

CSR, laporan CSR mungkin dapat dipisahkan dengan *annual report* perusahaan, sehingga dapat lebih focus dalam penyusunannya. Utamanya harus terdapat jenis kegiatan dan total anggaran yang dikeluarkan dalam tiap bidang utama kegiatan CSR, sehingga membuat laporan CSR menjadi lebih lengkap dan lebih mudah dipahami oleh publik.

2. Peneliti Selanjutnya

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan, maka untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan observasi lebih mendalam terkait implementasi CSR yang dilakukan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar Buku :

Azheri, Busyra. *Corporate Social Responsibility: Dari Voluntary menjadi Mandatory*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012

Aziz, Abdul. *ETIKA BISNIS PERSPEKTIF ISLAM*. Bandung: Alfabeta, 2013

Bedjoe Tanudjaja, Being. *Perkembangan Corporate Social Responsibility di Indonesia*. Jakarta: Nirmala, 2008

Budi Untung, Hendrik. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika, 2017

Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Malang: UIN Malang Press, 2007

Fahmi, Irham. *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta, 2014

Hadi, Nor. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011

Ikhsan, Arfan., dkk. *Pengantar Akuntansi*. Medan: Cita Pustaka Media, 2014

Kountur, Ronny. *Metode Penelitian: Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Jakarta: PPM, 2005

Mulyana, Deddy. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001

Muslich, Etika Bisnis Islami, *Landasan Filosofi, Normatif dan substansi Implementatif* Cetakan I. Yogyakarta: Ekonisia Fakultas Ekonomi UII, 2004

- Nadapdap, Binoto. *Hukum Perseroan Terbatas*. Jakarta: Permata Aksara, 2012
- Nasir, Mad dan Khoirudin. *Etika Bisnis dalam Islam*. Bandar Lampung: Seksi Penerbitan Fakultas Syariah IAIN Lampung, 2012
- Nasution, S. *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsito, 2002
- Nindita Radyati, Maria. *CSR untuk Pemberdayaan Ekonomi Lokal*. Jakarta: Business Links, 2008
- Putera, Nusa. *Penelitian Kualitatif: Proses dan aplikasi*. Jakarta: PT Indeks, 2012
- Ruslan, Rosady. *Metode Penelitian: Public relation dan Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2006
- Syafri Harahap, Sofyan. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Salemba Empat, 2012
- Siagian, Matias dan Agus Suriadi. *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan CSR Perspektif Pekerjaan Sosial*. Medan: FISIP USU PRESS, 2010
- Sukada, Sonny., dkk. *Membumikan Bisnis Berkelanjutan Memahami Konsep dan Praktik Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Jakarta: Indonesia Business Links, 2007
- Suharto, Edi. *Pekerja Sosial di Dunia Industri memperkuat tanggung jawab sosial perusahaan*. Bandung: Refika Aditama, 2007
- Wibisono, Yusuf. *Membedah Konsep & Aplikasi CSR*. Gresik: Fascho Publishing, 2007
- Zuhairi,et.al, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jakarta: Rajawali Pers, 2016

Daftar Karya Ilmiah :

- Aulia, Firda. *"Implementasi Alokasi Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap pemberdayaan masyarakat (studi kasus pada PT. Tugu Pratama Indonesia General Insurance)"*. Skripsi. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2015
- Fauzi, Fiqih. *"Implementasi Corporate Social Responsibility pada program kemitraan dan bina lingkungan perum percetakan uang republik Indonesia"*. Skripsi. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2015
- Masnila, Nelly. *"Corporate Social responsibility : sebuah pandangan dari sudut akuntansi"*. Skripsi. Palembang: Politeknik Negeri Sriwijaya, 2007
- Rohma Nur Ulaika, Ega. *"Implementasi Corporate Social responsibility dalam meningkatkan kepuasan pelanggan"*. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*. Vol. 4 No. 8. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, 2015
- Rusdiyana, Eka. *"Implementasi tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate social responsibility) di PT. Sinar Mas Agro Resources and Technology (PT. SMART Tbk)"*. Skripsi. Surakarta: Universitas Negeri Surakarta, 2010
- Saputra, Oki. *"Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Telkom Indonesia"*. Skripsi. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2011
- Subhi, Muhammad. *"Implementasi corporate social responsibility PT. Pertamina (Persero)"*. Skripsi. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2010
- Susanti, Komang Islami. *"Implementasi dan pelaporan corporate social responsibility (Studi kasus pada PT. PLN Persero Distribusi Jawa Timur)"*. Skripsi. Malang: Universitas Brawijaya, 2014
- Syukron, Ali . *"CSR dalam Perspektif Islam dan Perbankan Syariah"*. *Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, Vol 5 No. 1. Banyuwangi: Sekolah tinggi agama Islam Darul Ulum, 2015
- Tho'in, Muhammad. *"Implementasi Corporate Social Responsibility"*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. Vol. 2 No. 2. Surakarta: STIE-AAS, 2017

Wandina, Herlinda Rifenti., dkk. *“Implementasi program CSR (Corporate social responsibility) Pt. Adaro Indonesia Bidang Pendidikan Di Kecamatan Tanta Kabupaten Tabalong”*. Jurnal Pendidikan Geografi, Vol. 3 No. 6. Banjarmasin: Universitas Lambung Mangkurat, 2016

Wayan Novi Budiasni, Ni. *“Implementasi Corporate Social Responsibility berdasarkan Konsep Tri Hita Karana (Studi kasus Hotel Como Sihambala Estate)”*. Jurnal Akuntansi, Vol. 3 No. 1. Singaraja: Universitas Pendidikan Ganesha, 2015

Wida, Syainatul. *“Analisis implementasi corporate social responsibility (CSR) terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat dalam perspektif ekonomi islam (studi kasus pada PT. Telkom Majapahit Bandar Lampung)”*. Skripsi. Lampung: UIN Raden Intan, 2017

Daftar Internet

Repository.unand.ac.id/818/1/ARTIKEL_DIPA_ANDA_LUSIA_2009.doc.
(diakses pada 15 januari 2018 jam 19.38 WIB)

Galih, Bayu. *“ DPR siapkan UU soal CSR, Perusahaan akan dibebankan 2 persen hingga 3 persen”*, <http://www.nasional.kompas.com>.
Diunduh pada tanggal 25 April 2016